



centro de
experiencias
y servicios UAI

**ESTUDIO PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE
EXPERIENCIA - RESULTADOS 2019**



'ces

METODOLOGÍA

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

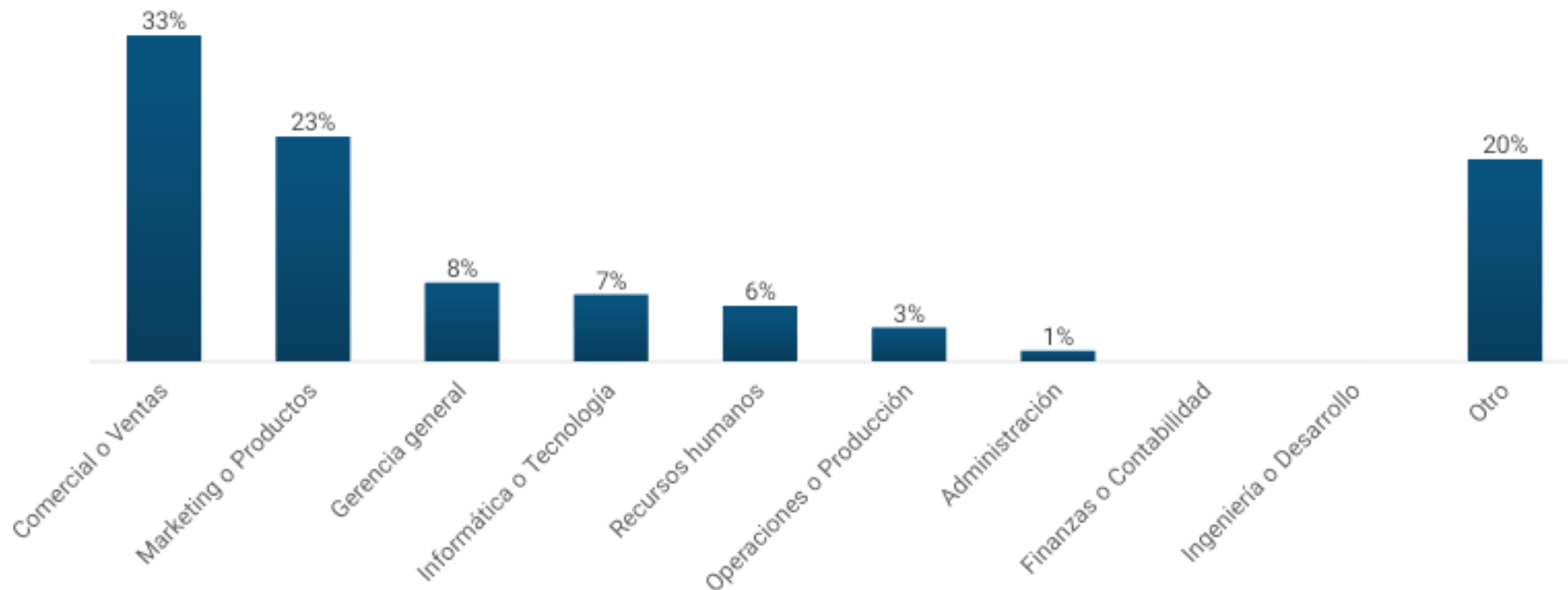
1. Explorar sobre el nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en las empresas del país.
2. Evaluar la presencia de prácticas clave en la gestión de la experiencia de clientes en las empresas del país.
3. Identificar las áreas de mayor y menor desarrollo en la gestión de la experiencia de clientes en las empresas del país.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

- **Tipo de estudio:** cuantitativo.
- **Método:** encuesta web.
- **Población objetivo:** Personas que se desempeñan en cargos relacionados con mejorar la experiencia de cliente en sus empresas.
- **Muestra:** 89 encuestas en total.
- **Procedimiento:**
 1. Diseño y revisión de encuesta web de prácticas de gestión de experiencia de clientes.
 2. Envío y aplicación de encuesta web por email y redes sociales (del 02/08/19 al 28/08/19).
 3. Revisión y filtro de encuestados que cumplieran con los requisitos del estudio.
 4. Análisis estadístico de datos y elaboración de informe.

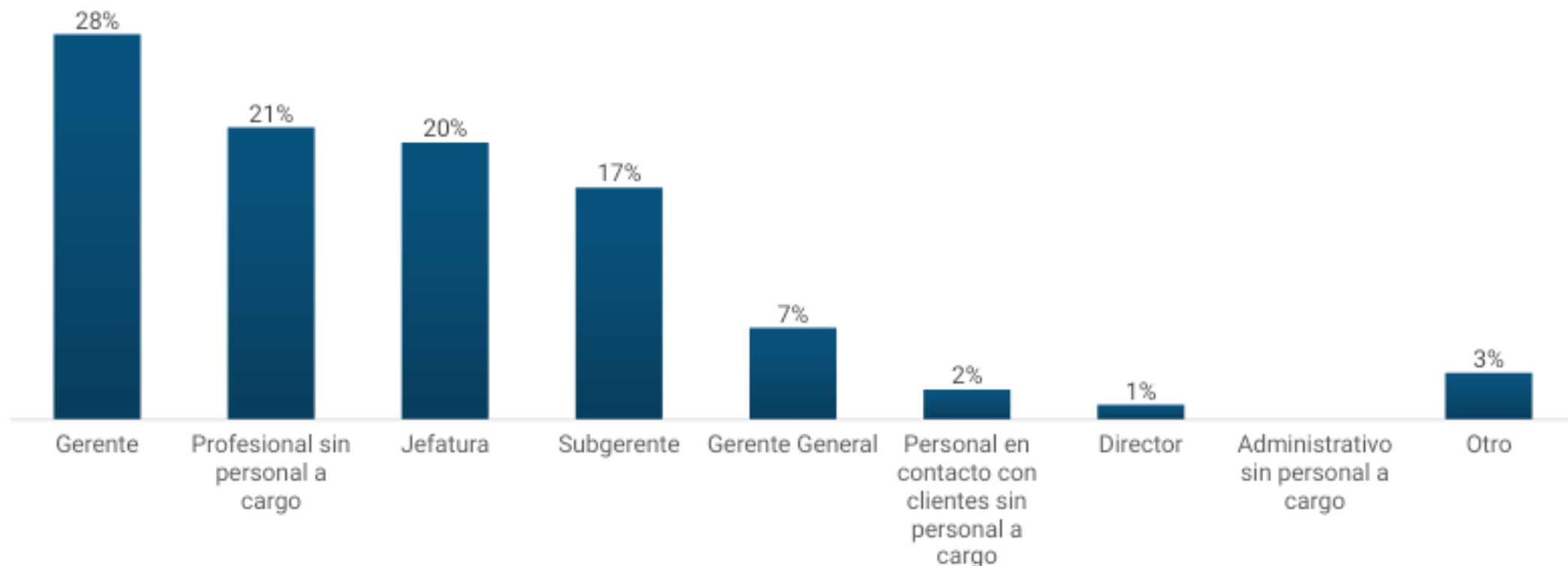
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿A cuáles de las siguientes áreas pertenece el cargo que desempeñas en tu empresa?



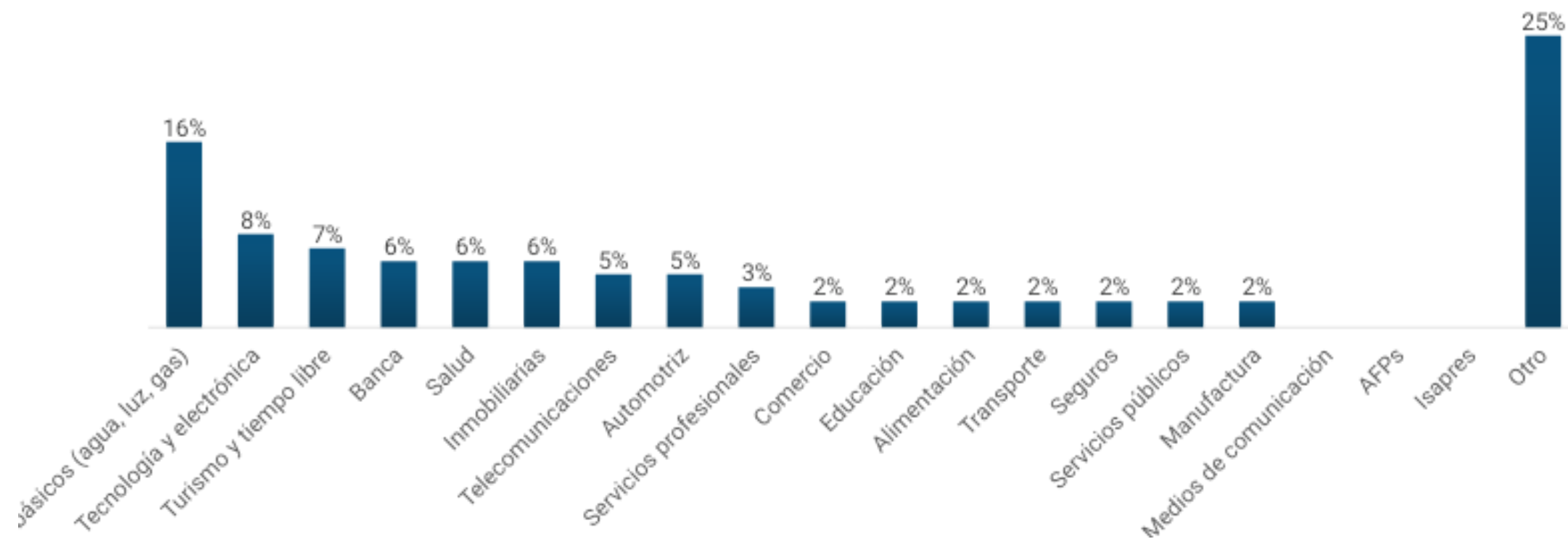
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿En cuáles de los siguientes niveles de cargo te desempeñas en tu empresa?



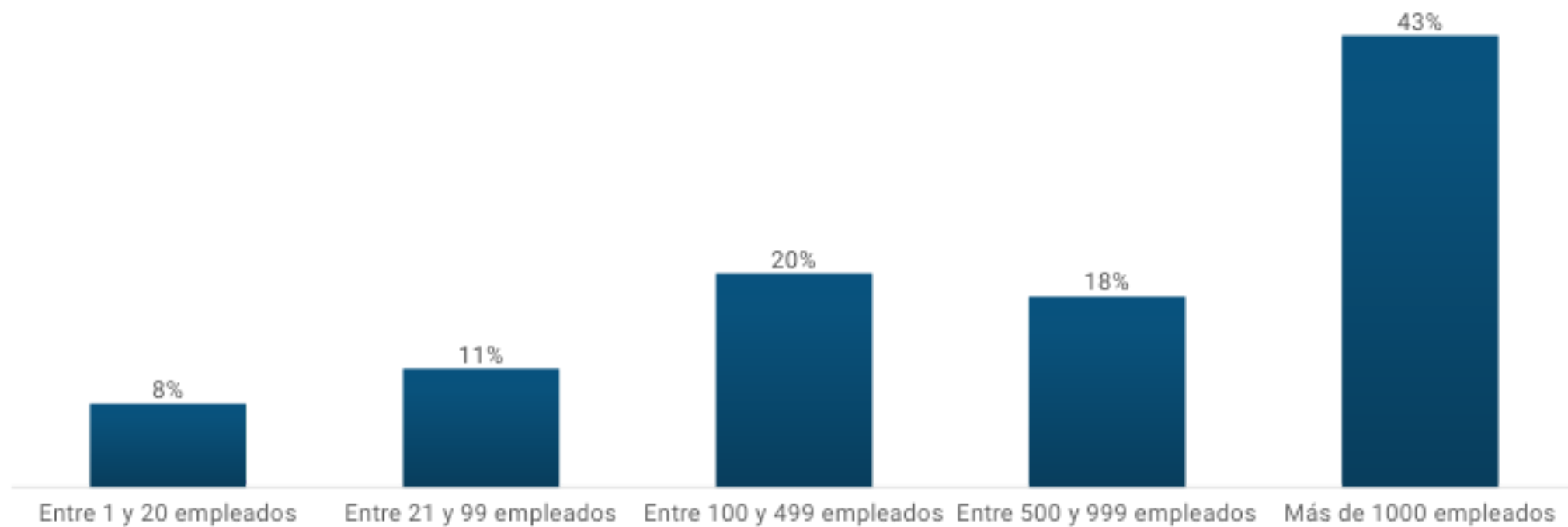
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿A cuál de los siguientes sectores pertenece tu empresa?



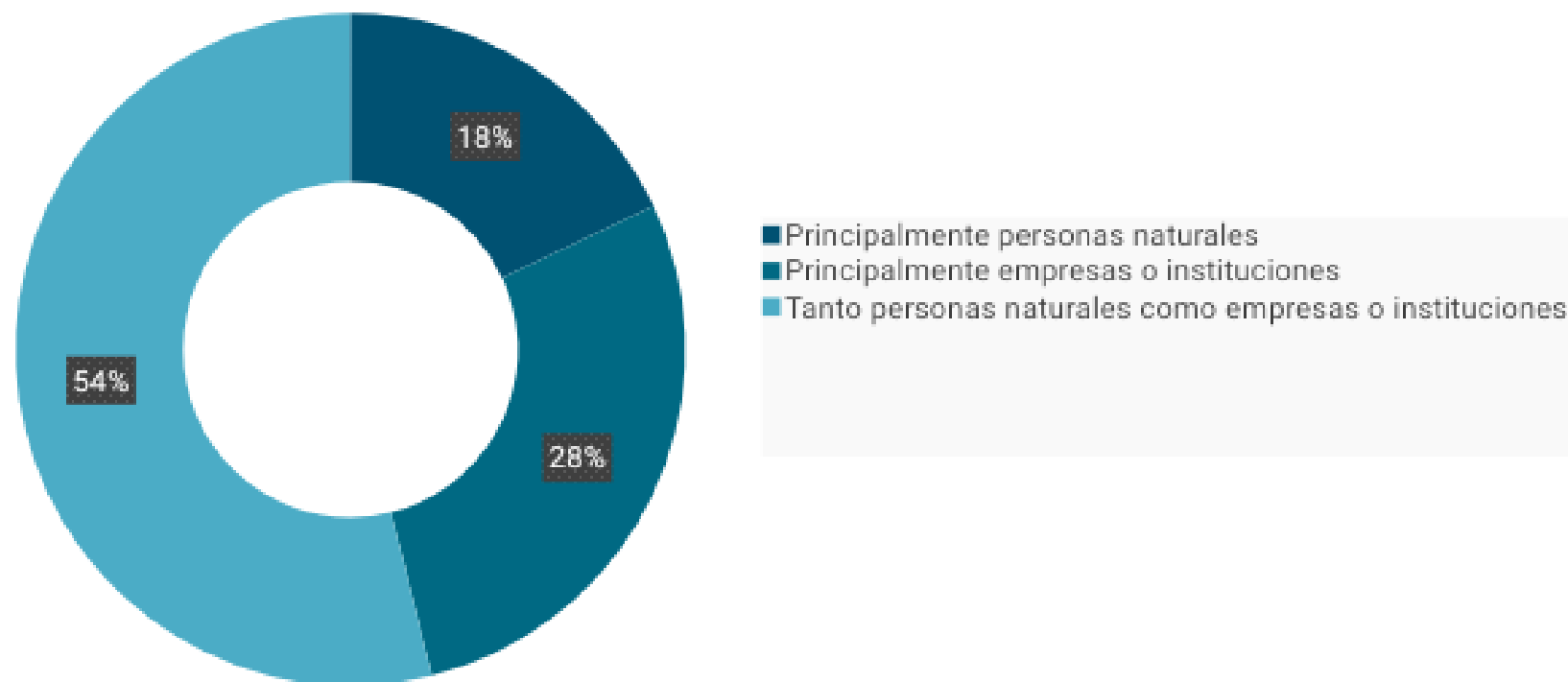
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿Cuántas personas aproximadamente trabajan en total en tu empresa?



DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿Qué tipo de clientes tiene tu empresa?

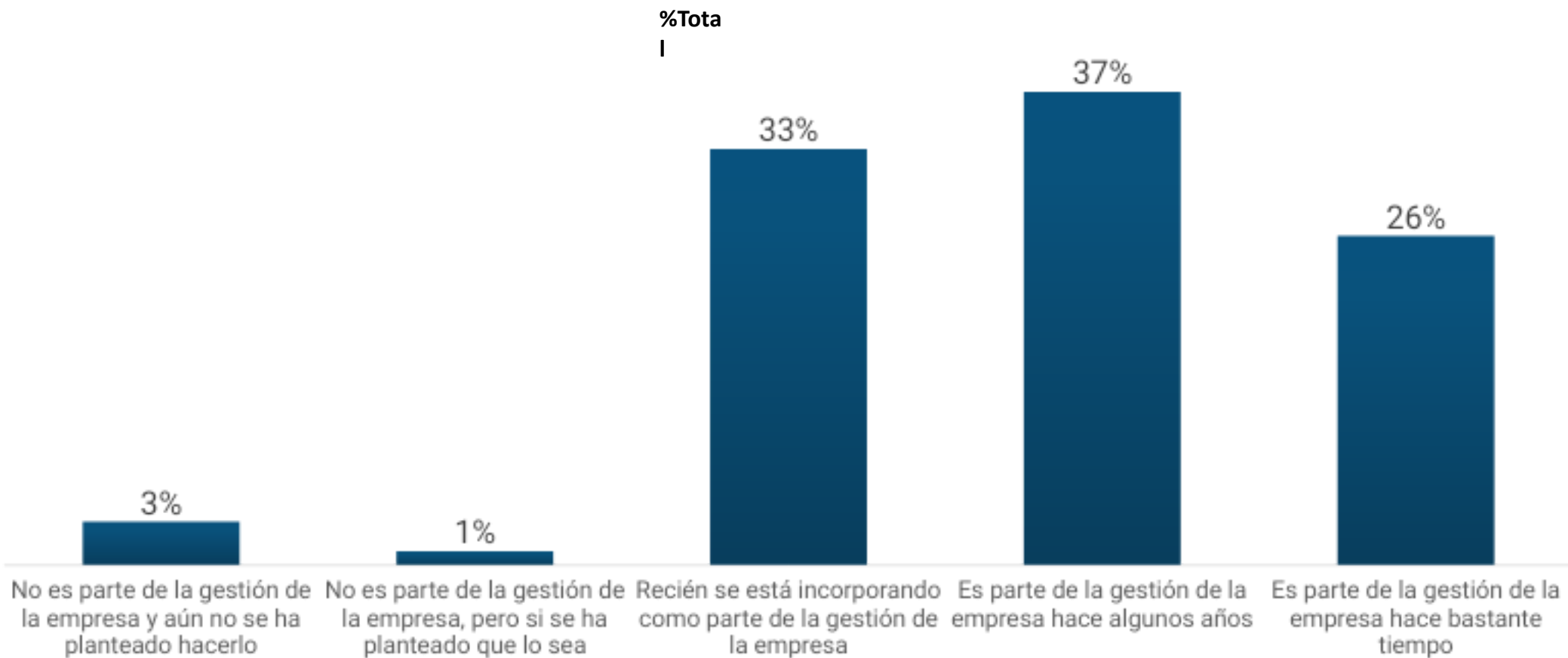


Nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en la empresa

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas, 89 casos

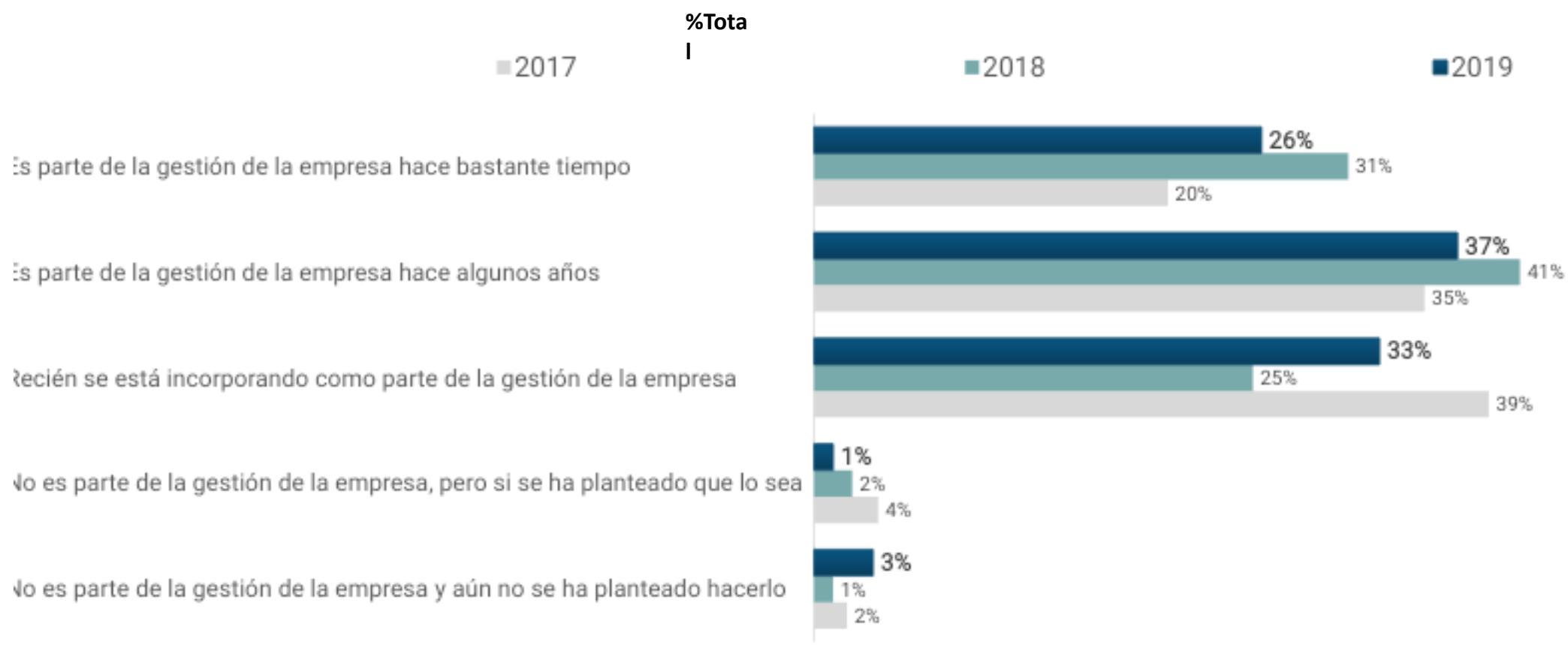


Nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en la empresa

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas correspondiente a cada año





'ces

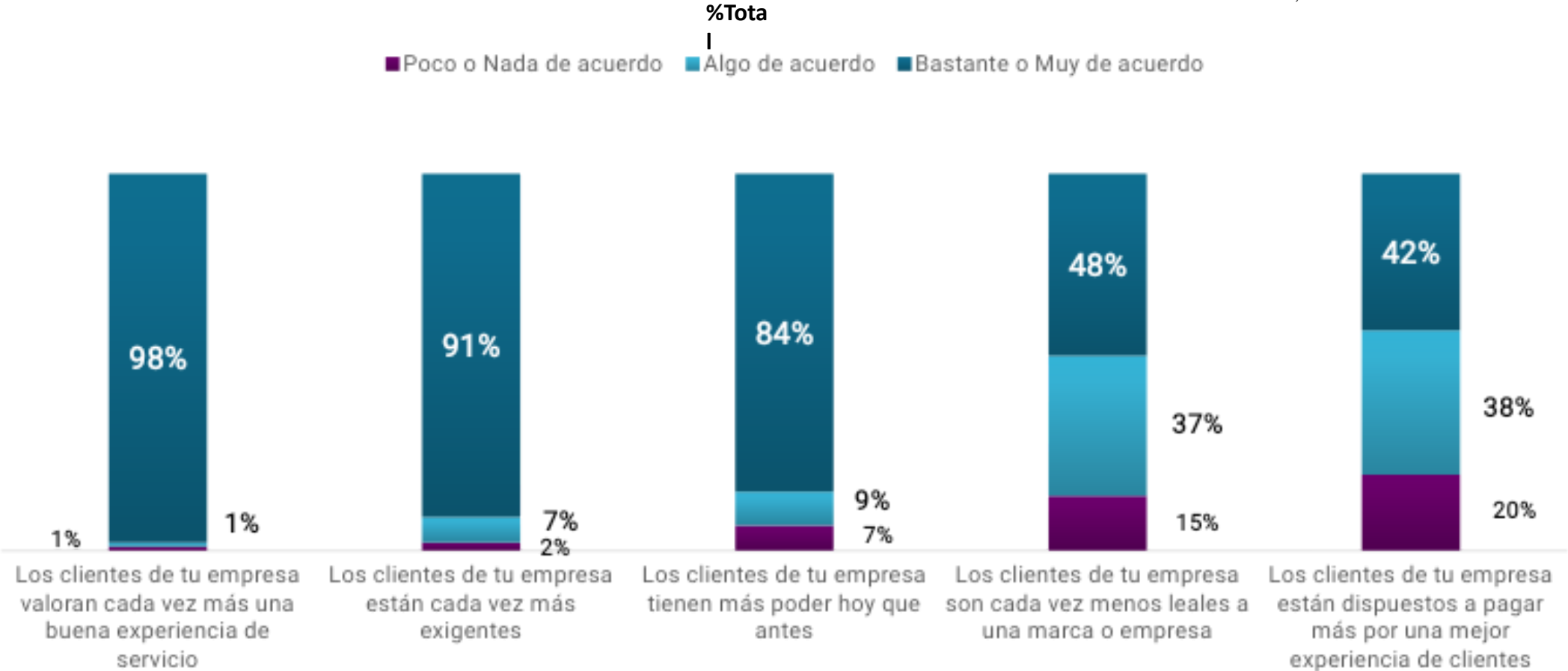
RESULTADOS

Visión sobre los clientes de la empresa

¿Cuál es tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones...?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 "Muy de acuerdo"

Base: Total encuestas, 89 casos

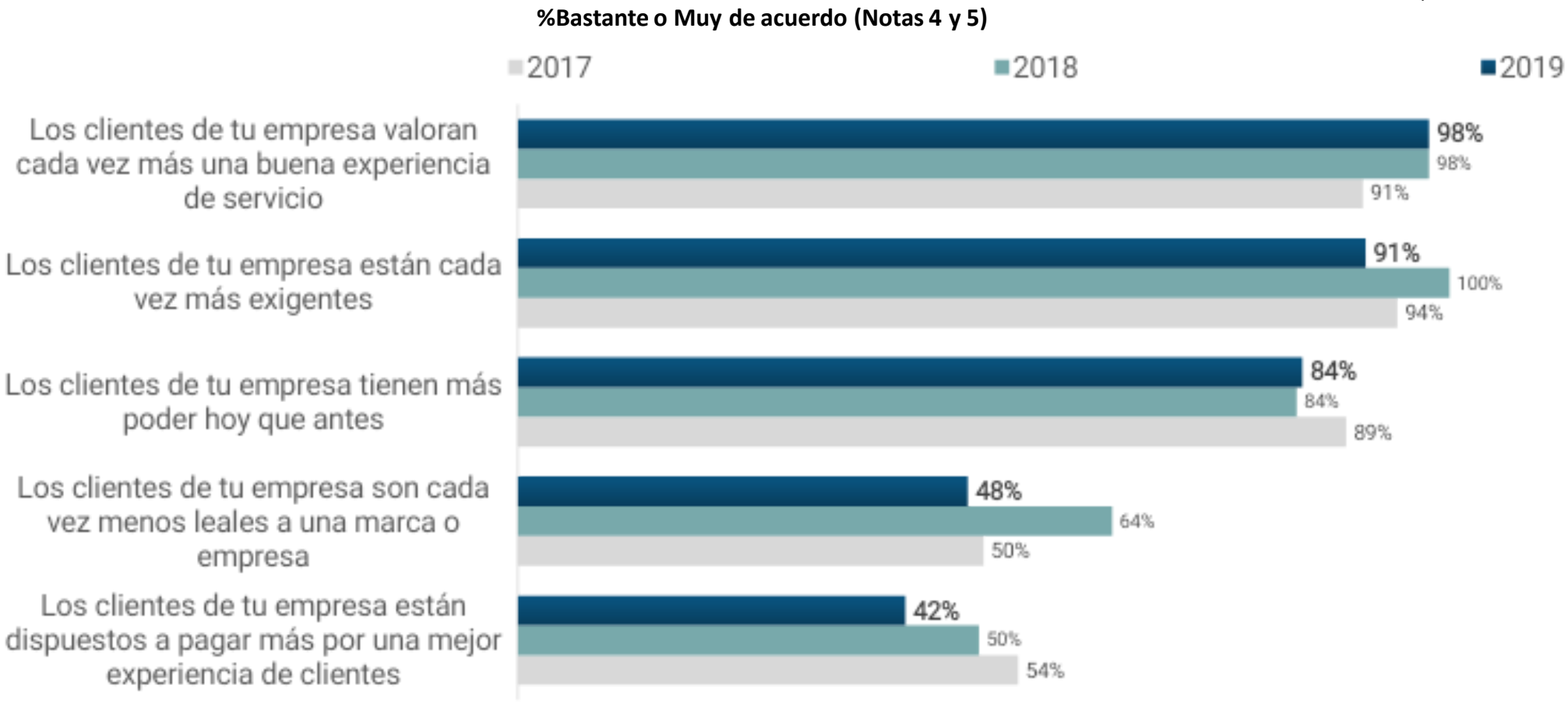


Visión sobre los clientes de la empresa

¿Cuál es tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones...?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 "Muy de acuerdo"

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

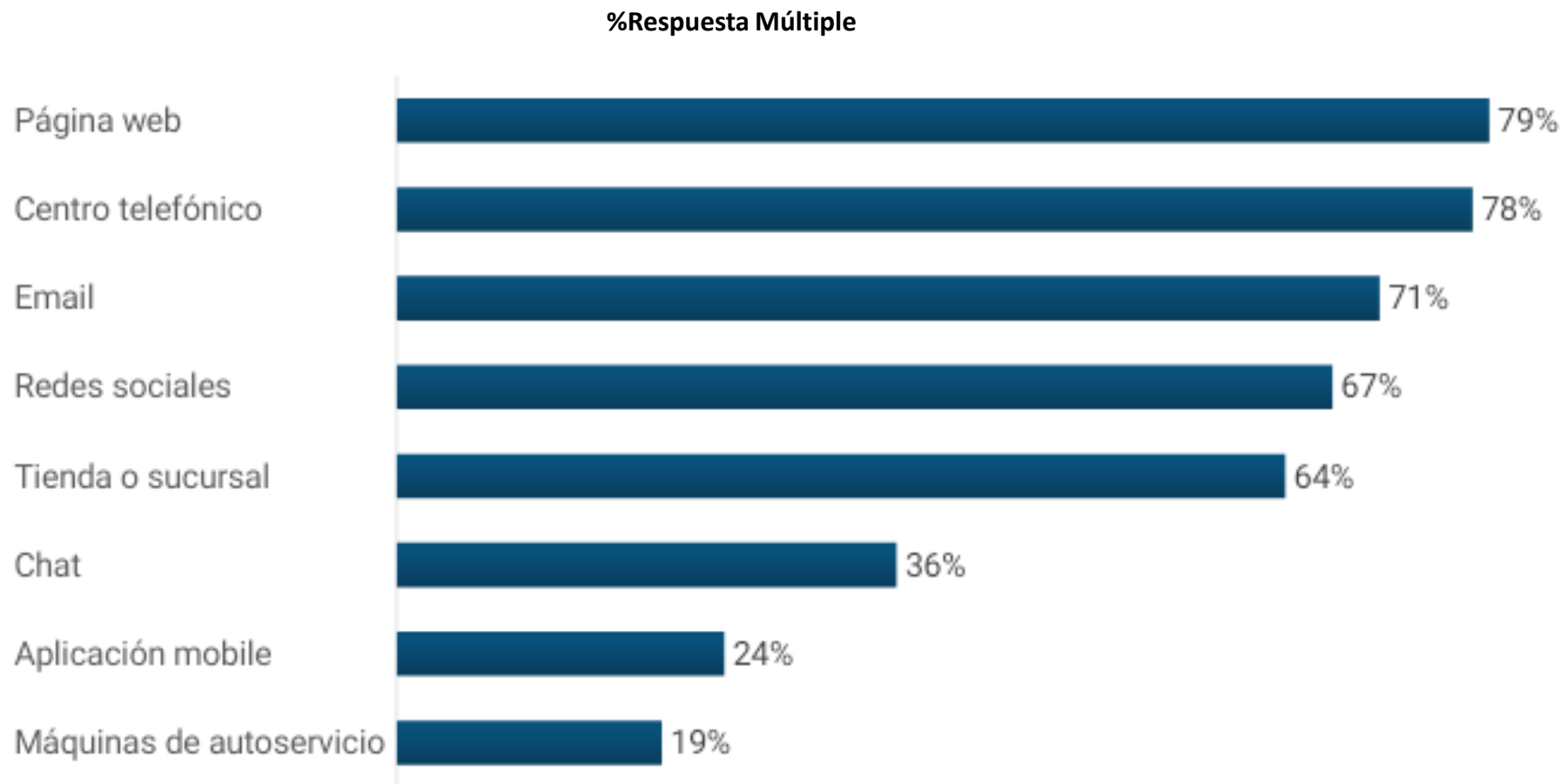


Principales canales de atención de los clientes de la empresa

¿Cuáles de los siguientes canales de atención los clientes utilizan para contactarse con tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos

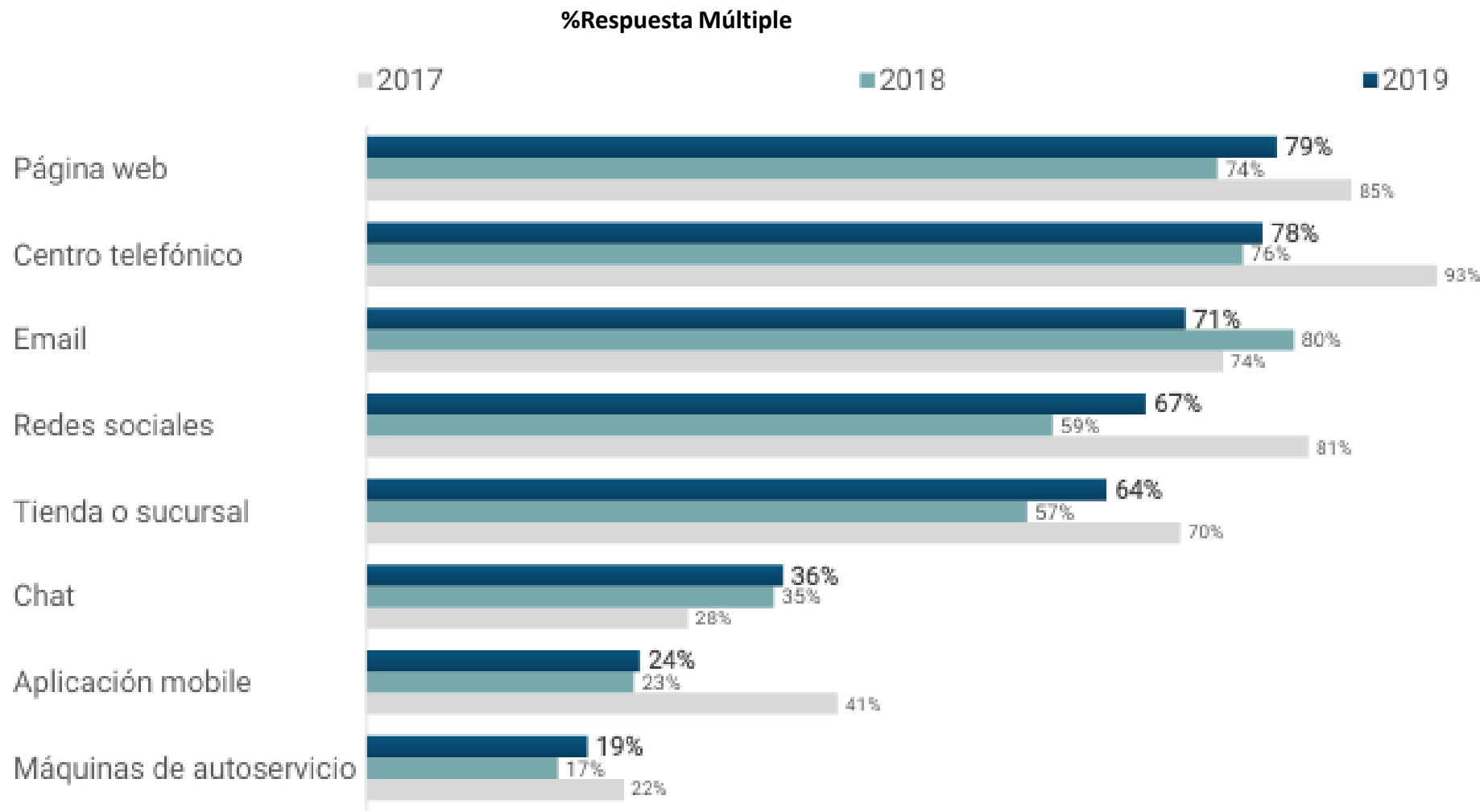


Principales canales de atención de los clientes de la empresa

¿Cuáles de los siguientes canales de atención los clientes utilizan para contactarse con tu empresa?

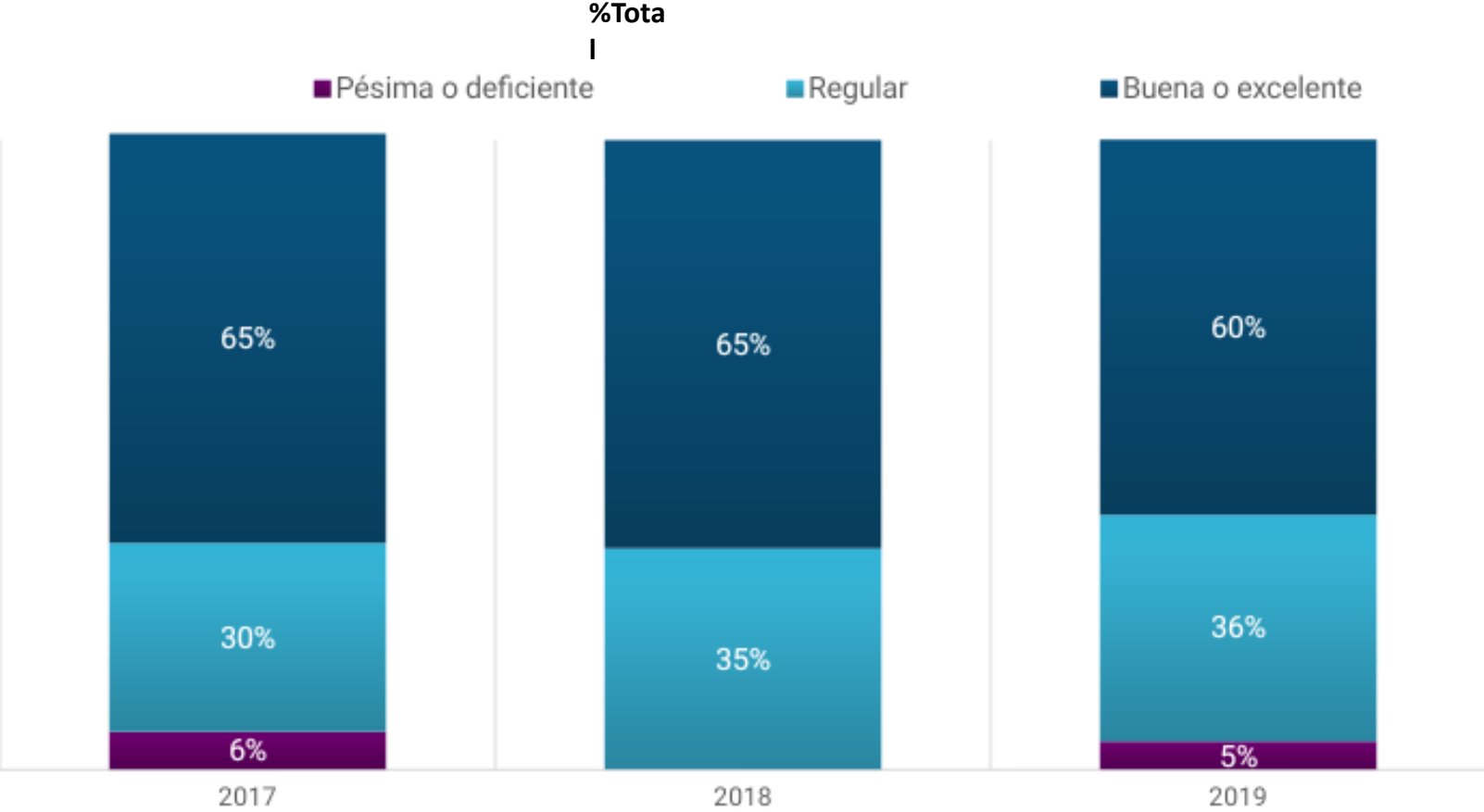
Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



Evaluación de la experiencia de clientes que entrega la empresa

- ¿Cómo calificarías la experiencia que actualmente logra entregar tu empresa a sus clientes?
- Escala de 1 a 5, donde 1 es “Pésima” y 5 “Excelente”
- Base: Total encuestas correspondiente a cada año

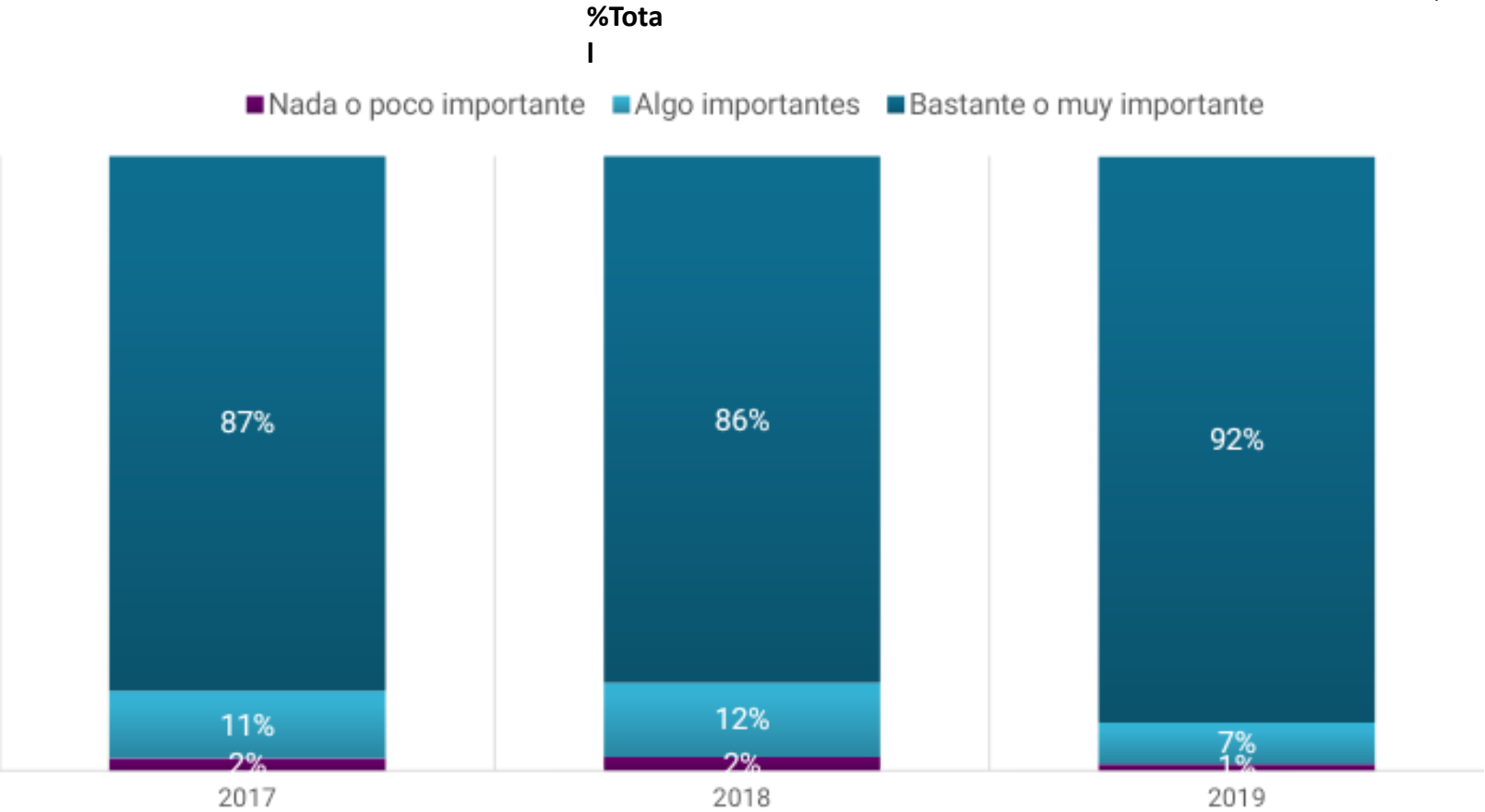


Importancia de la experiencia de clientes en la empresa

¿ Cuán importante consideras que es la experiencia de los clientes para tu empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada importante" y 5 "Muy importante"

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



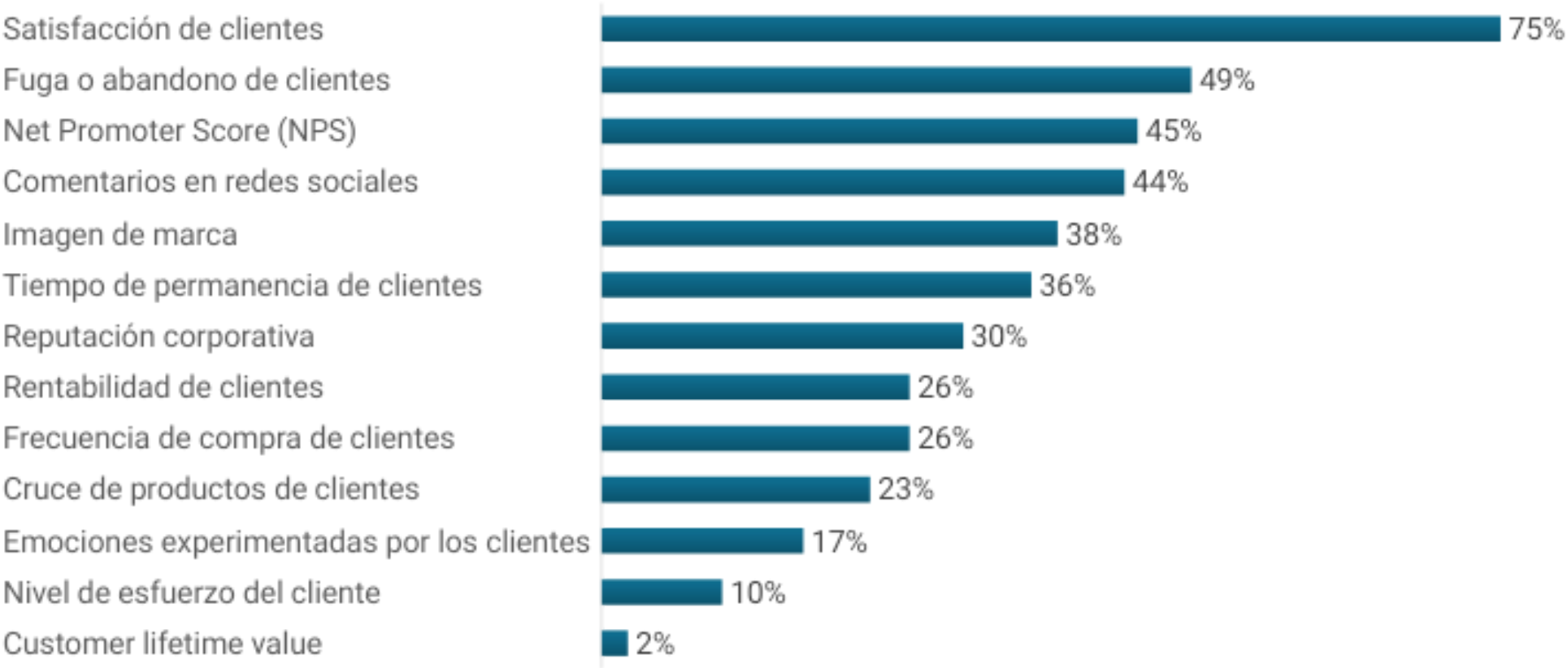
Indicadores utilizados para evaluar la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos

%Respuesta Múltiple



Evolutivo de indicadores utilizados para evaluar la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



Indicadores utilizados para evaluar la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

Ranking de posicionamiento



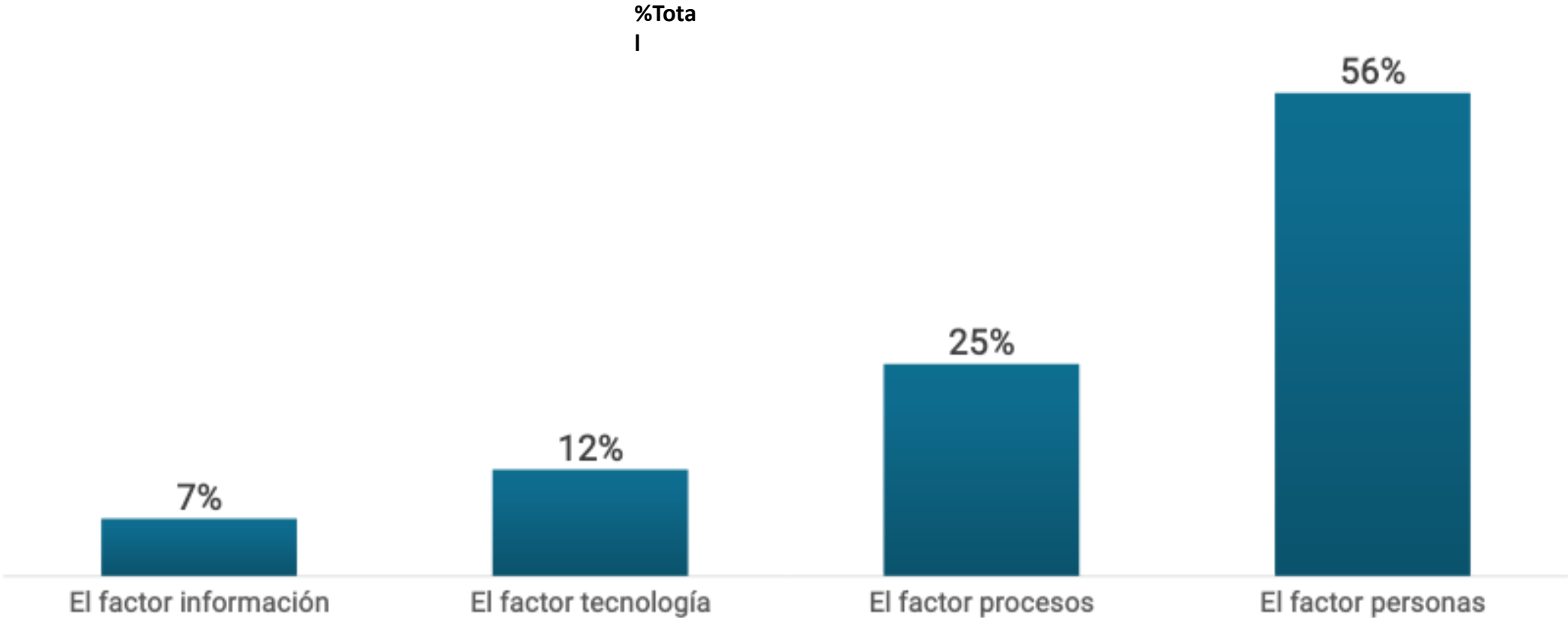
- Satisfacción de clientes
- Fuga o abandono de clientes
- Net Promoter Score (NPS)
- Comentarios en redes sociales
- Imagen de marca
- Tiempo de permanencia de clientes
- Reputación corporativa
- Frecuencia de compra de clientes
- Rentabilidad de clientes
- Cruce de productos de clientes
- Emociones experimentadas por los clientes
- Nivel de esfuerzo del cliente
- Customer lifetime value

Factores de gestión clave para mejorar la experiencia de los clientes

¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: Total encuestas, 89 casos

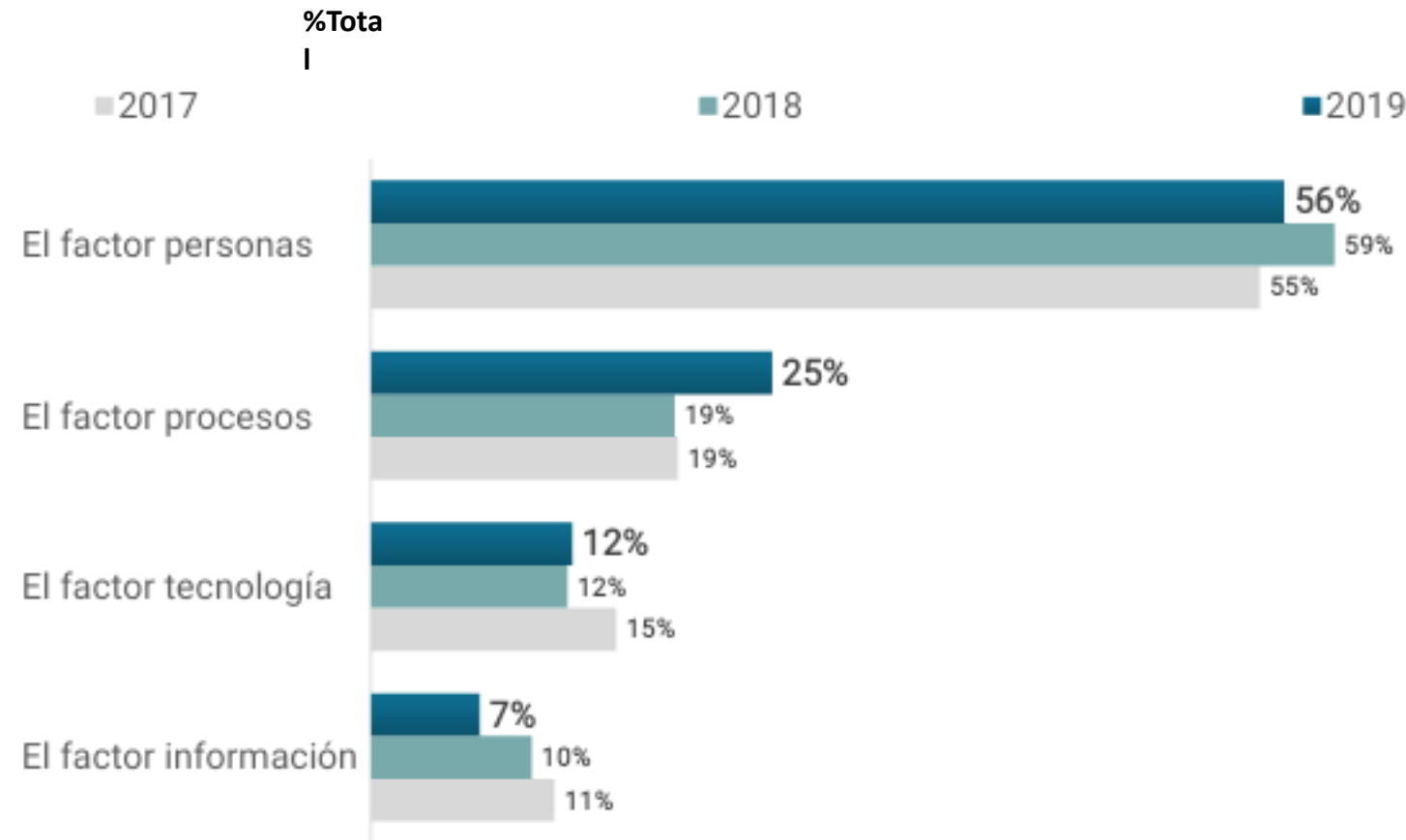


Factores de gestión clave para mejorar la experiencia de los clientes

¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

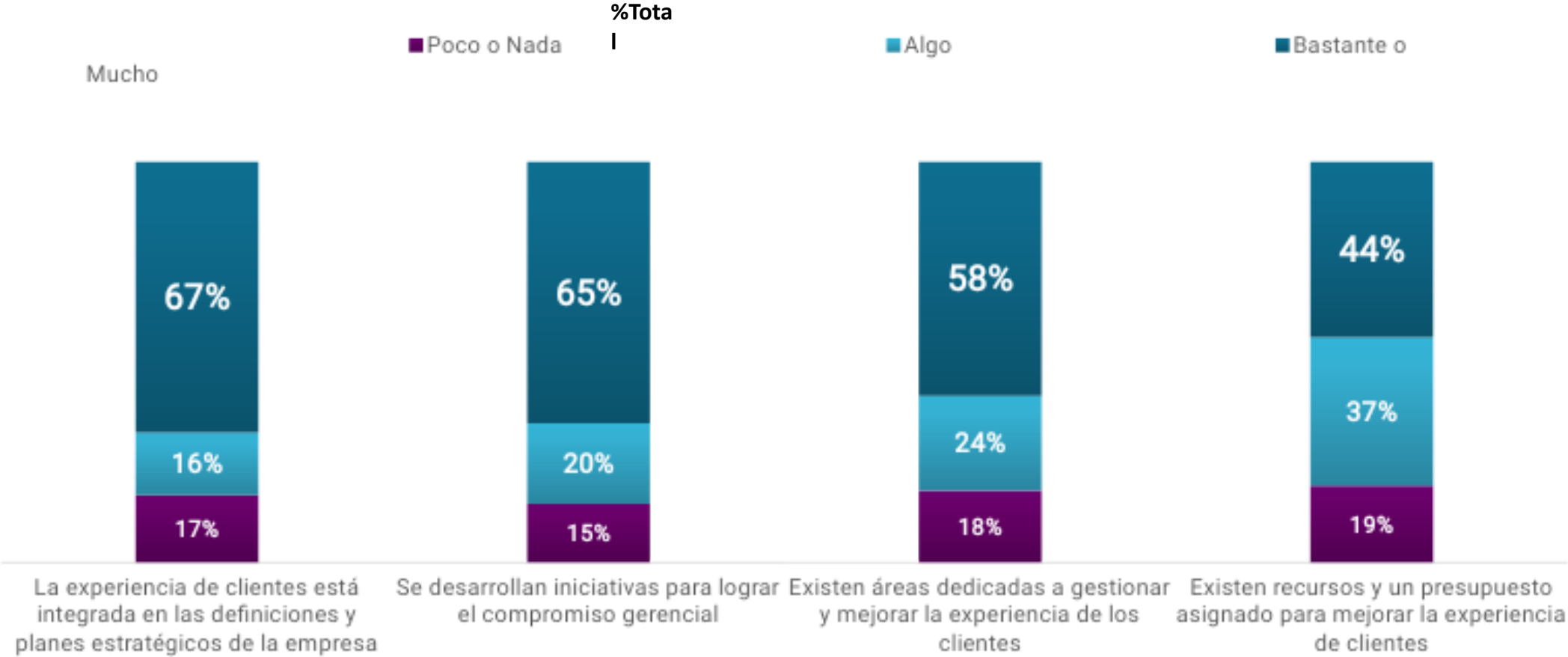


Prácticas para el compromiso corporativo con la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para lograr el compromiso estratégico con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas, 89 casos



Prácticas para el compromiso corporativo con la experiencia de clientes

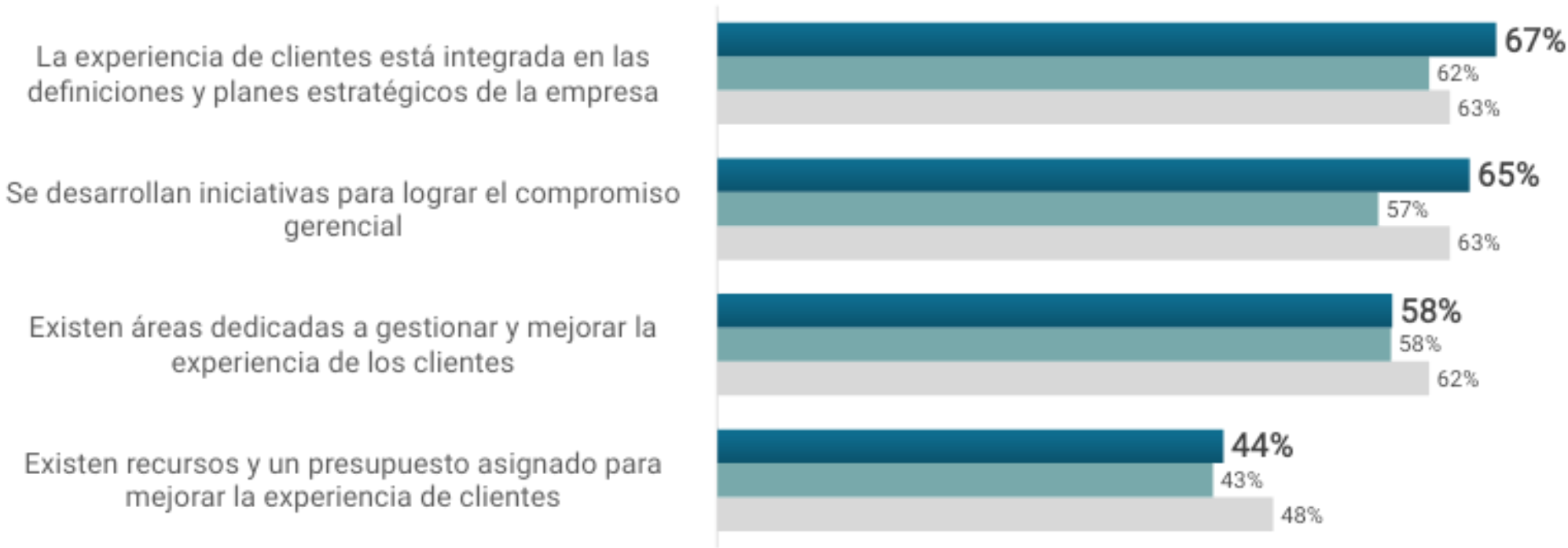
¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para lograr el compromiso estratégico con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

%Bastante o Mucho (Notas 4 y 5)

2017 2018 2019

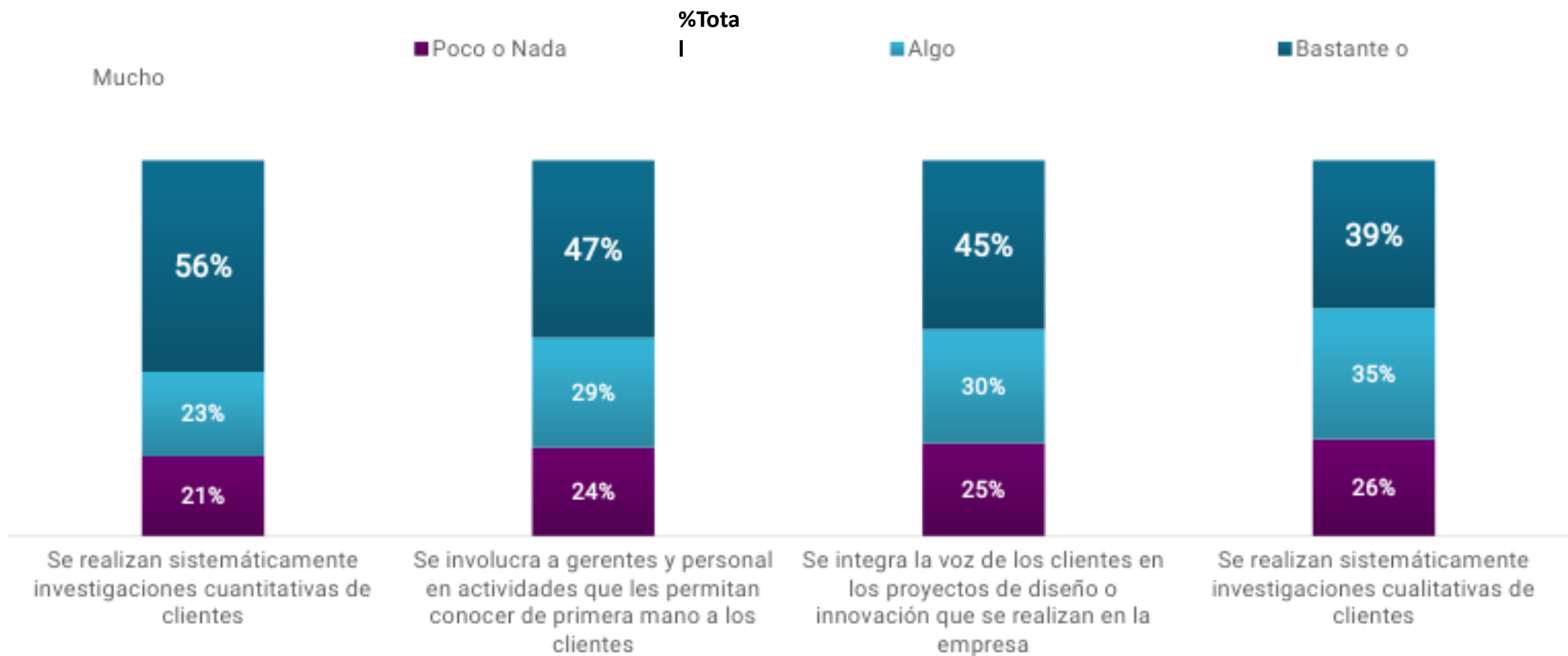


Prácticas para incorporar la voz de los clientes en la gestión de la empresa

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para incorporar la voz de los clientes a la gestión de la empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas, 89 casos



Prácticas para incorporar la voz de los clientes en la gestión de la empresa

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para incorporar la voz de los clientes a la gestión de la empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

%Bastante o Mucho (Notas 4 y 5)



Mecanismos para comprender y obtener retroalimentación de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos

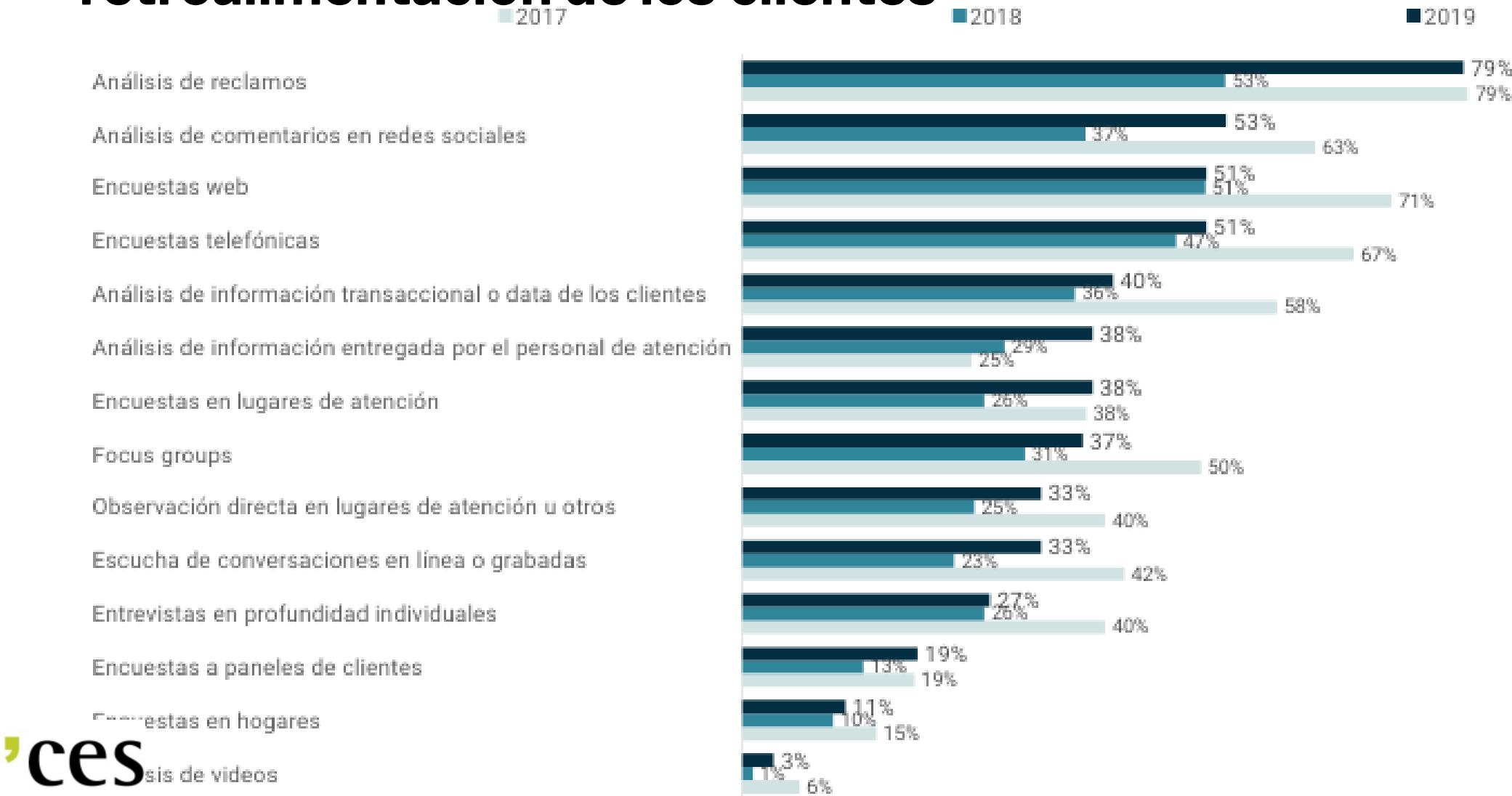


Evolutivo de mecanismos para comprender y obtener retroalimentación de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

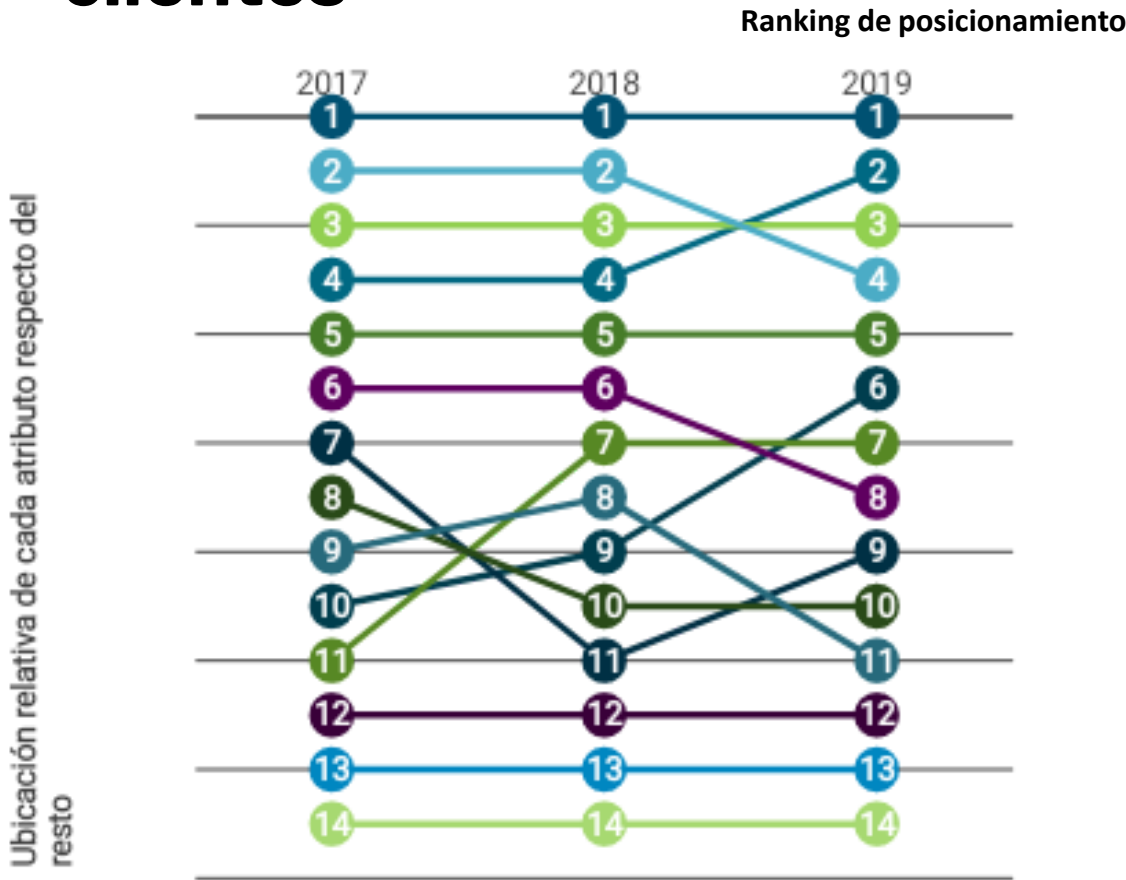


Mecanismos para comprender y obtener retroalimentación de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



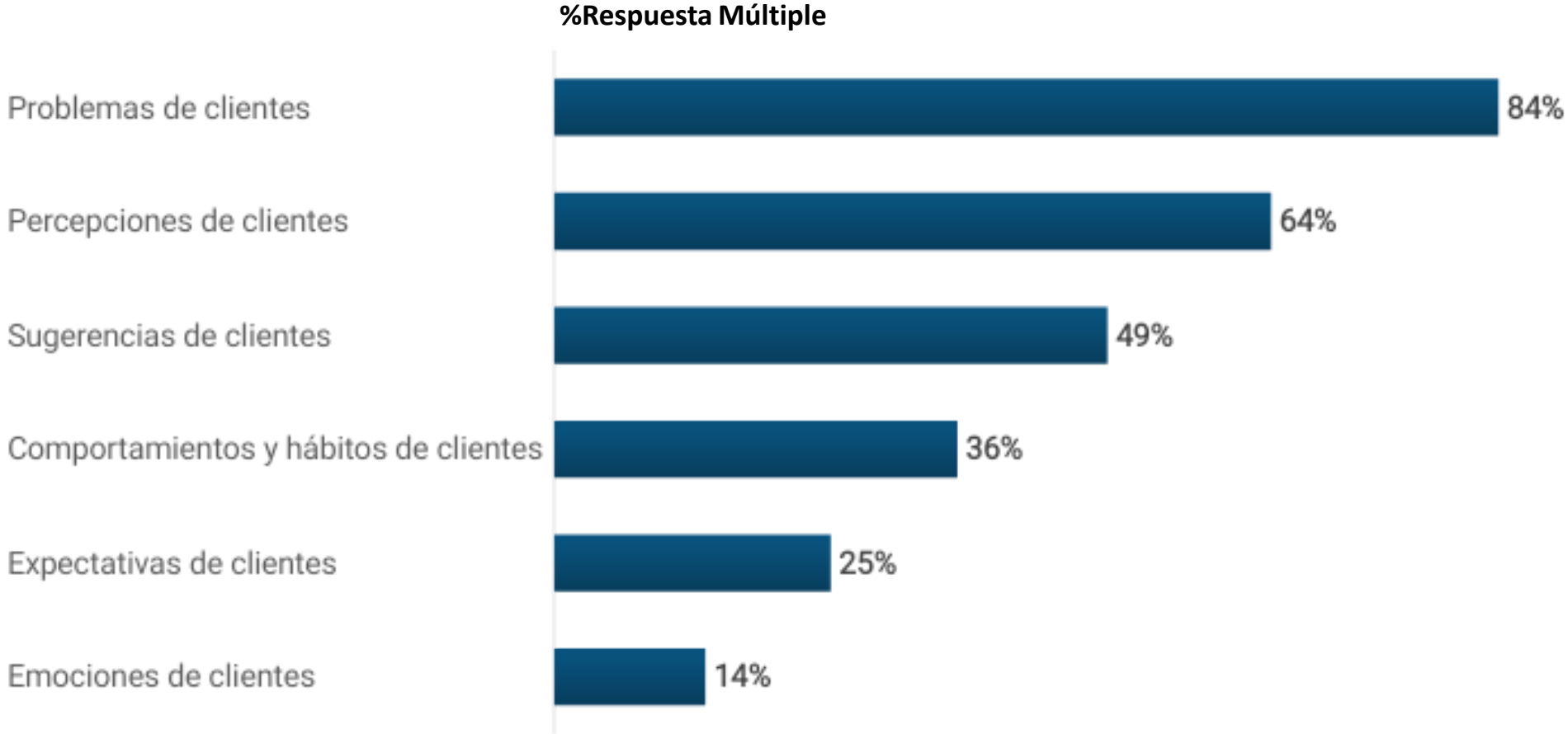
- Análisis de reclamos
- Análisis de comentarios en redes sociales
- Encuestas telefónicas
- Encuestas web
- Análisis de información transaccional o data de los clientes
- Encuestas en lugares de atención
- Análisis de información entregada por el personal de atención
- Focus groups
- Escucha de conversaciones en línea o grabadas
- Observación directa en lugares de atención u otros
- Entrevistas en profundidad individuales
- Encuestas a paneles de clientes
- Encuestas en hogares
- Análisis de videos

Tipos de información de clientes que se obtiene en la empresa

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos

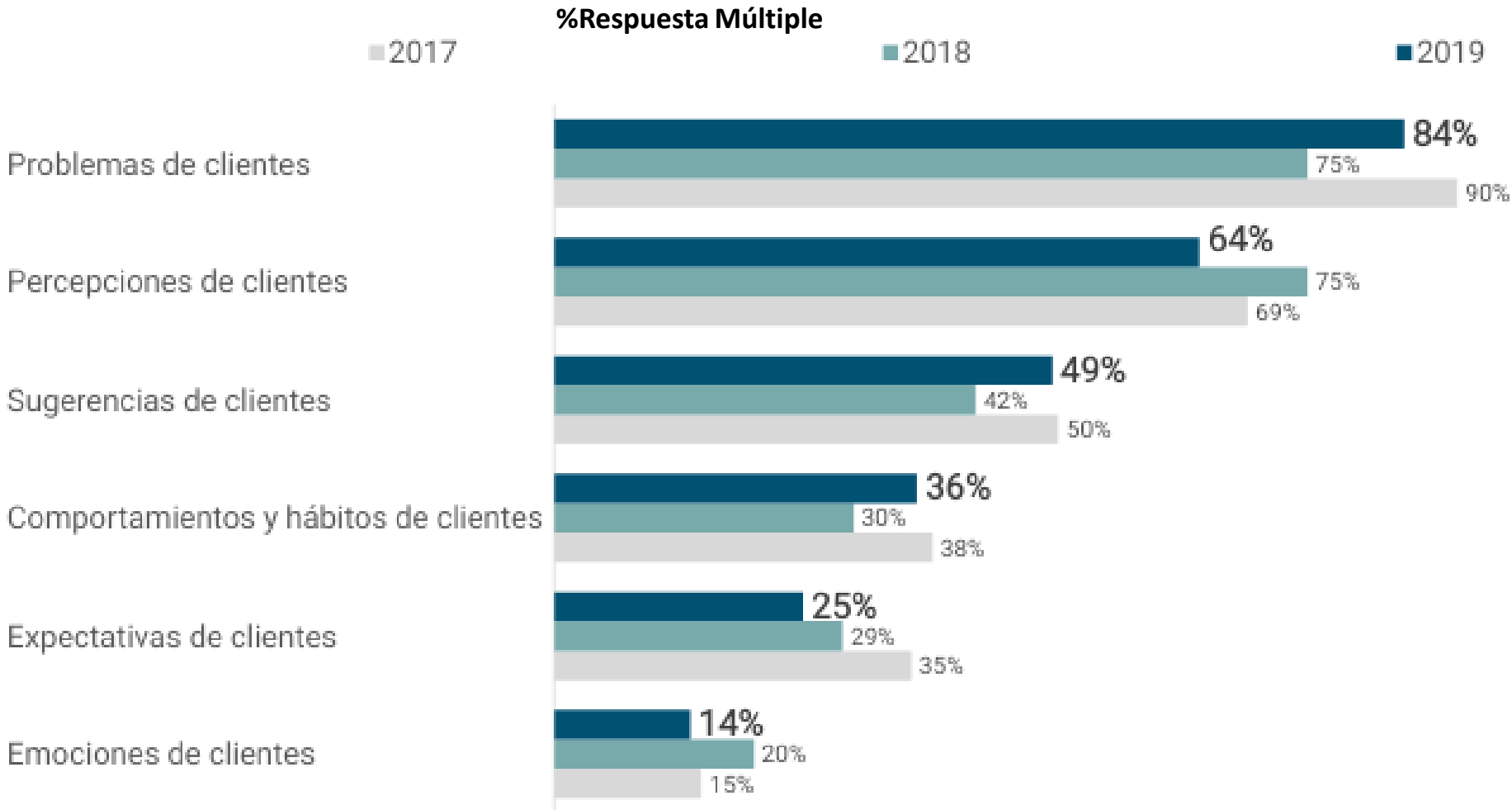


Tipos de información de clientes que se obtiene en la empresa

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

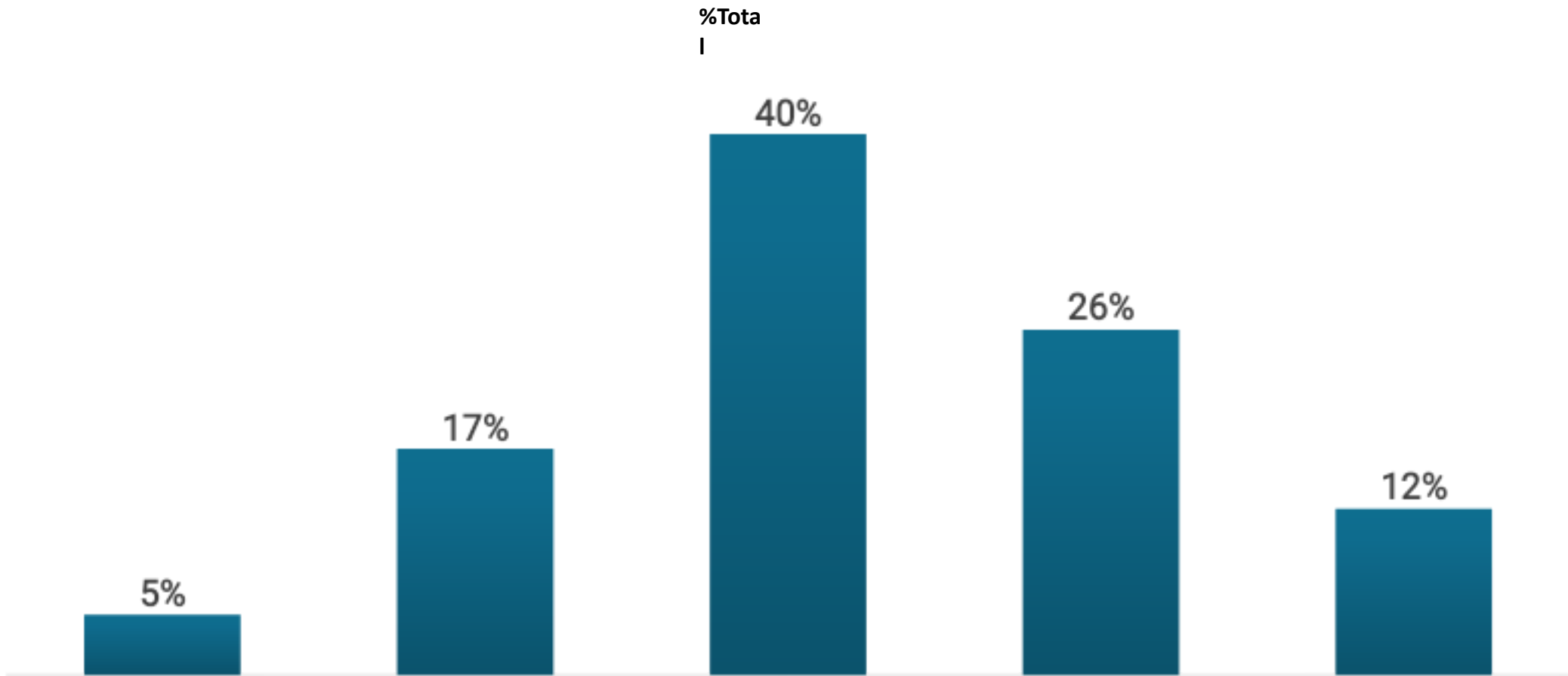


Importancia de comprender y evaluar las emociones de los clientes

¿En qué grado se consideran las emociones de los clientes como un aspecto importante de comprender y evaluar en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas, 89 casos

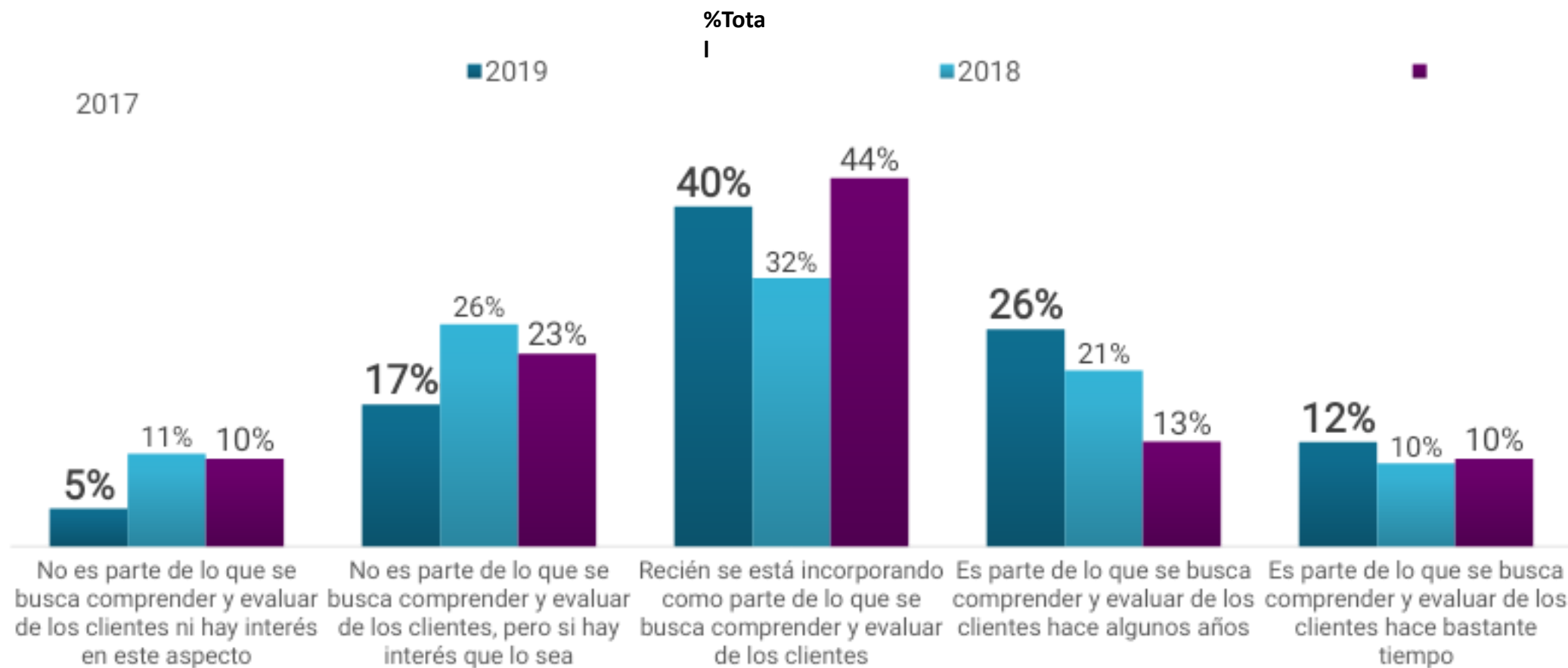


Importancia de comprender y evaluar las emociones de los clientes

¿En qué grado se consideran las emociones de los clientes como un aspecto importante de comprender y evaluar en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

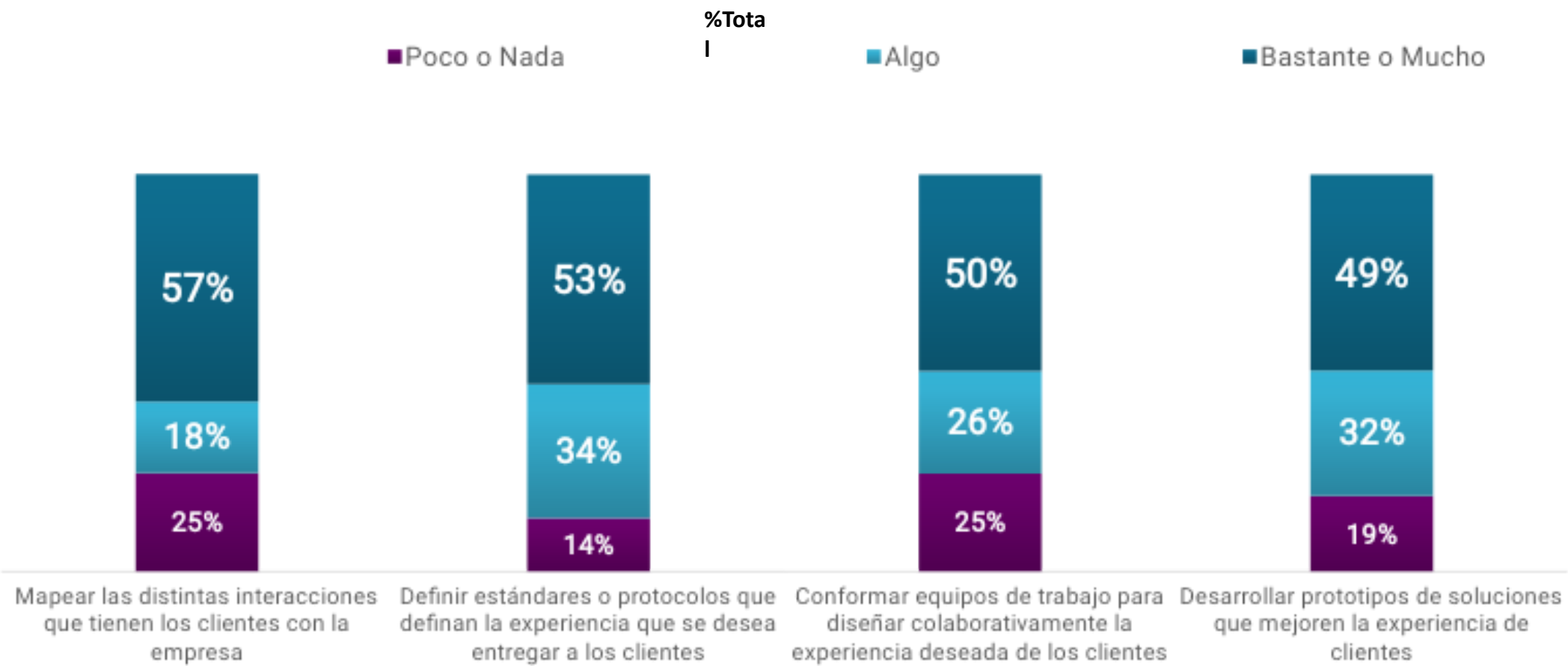


Prácticas de diseño de la experiencia de los clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para diseñar o rediseñar la experiencia de los clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas, 89 casos

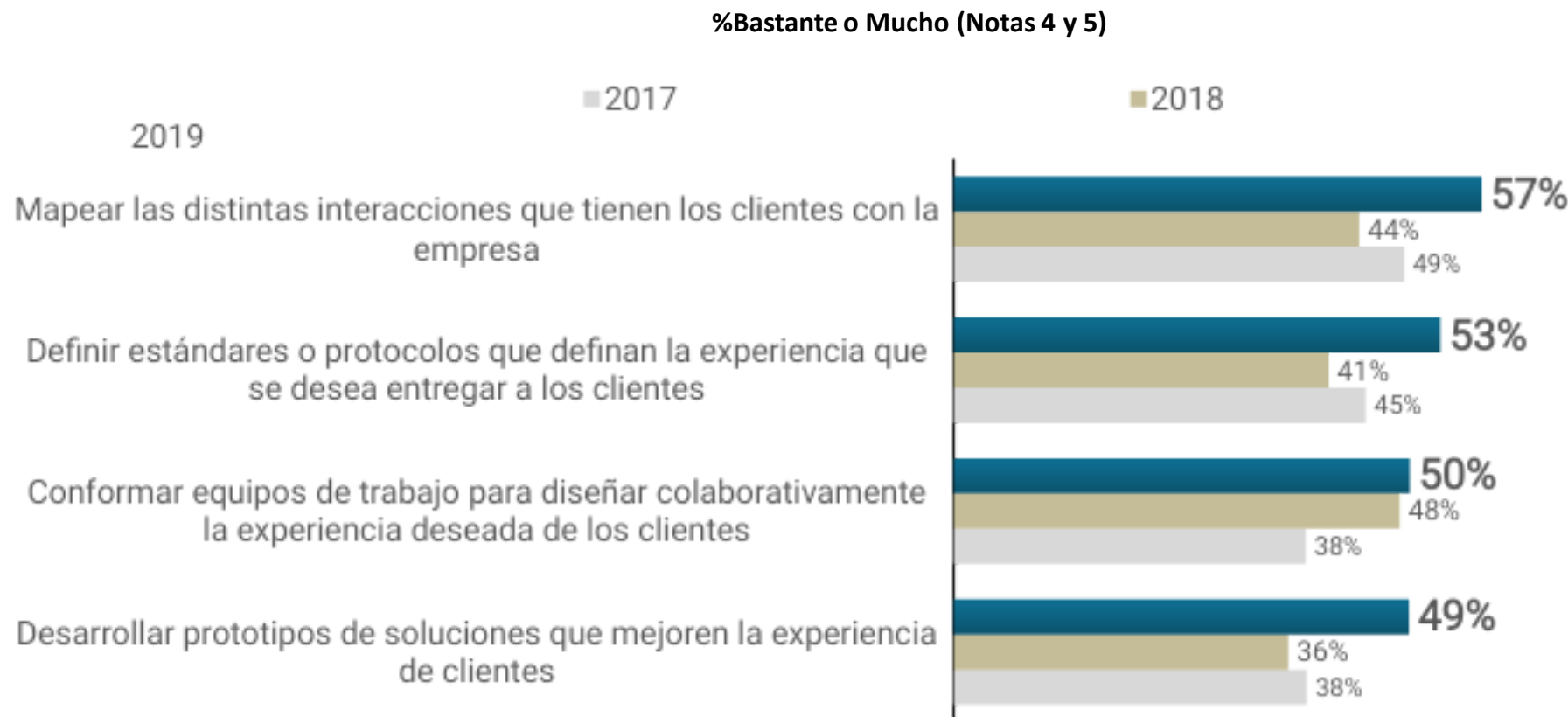


Prácticas de diseño de la experiencia de los clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para diseñar o rediseñar la experiencia de los clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

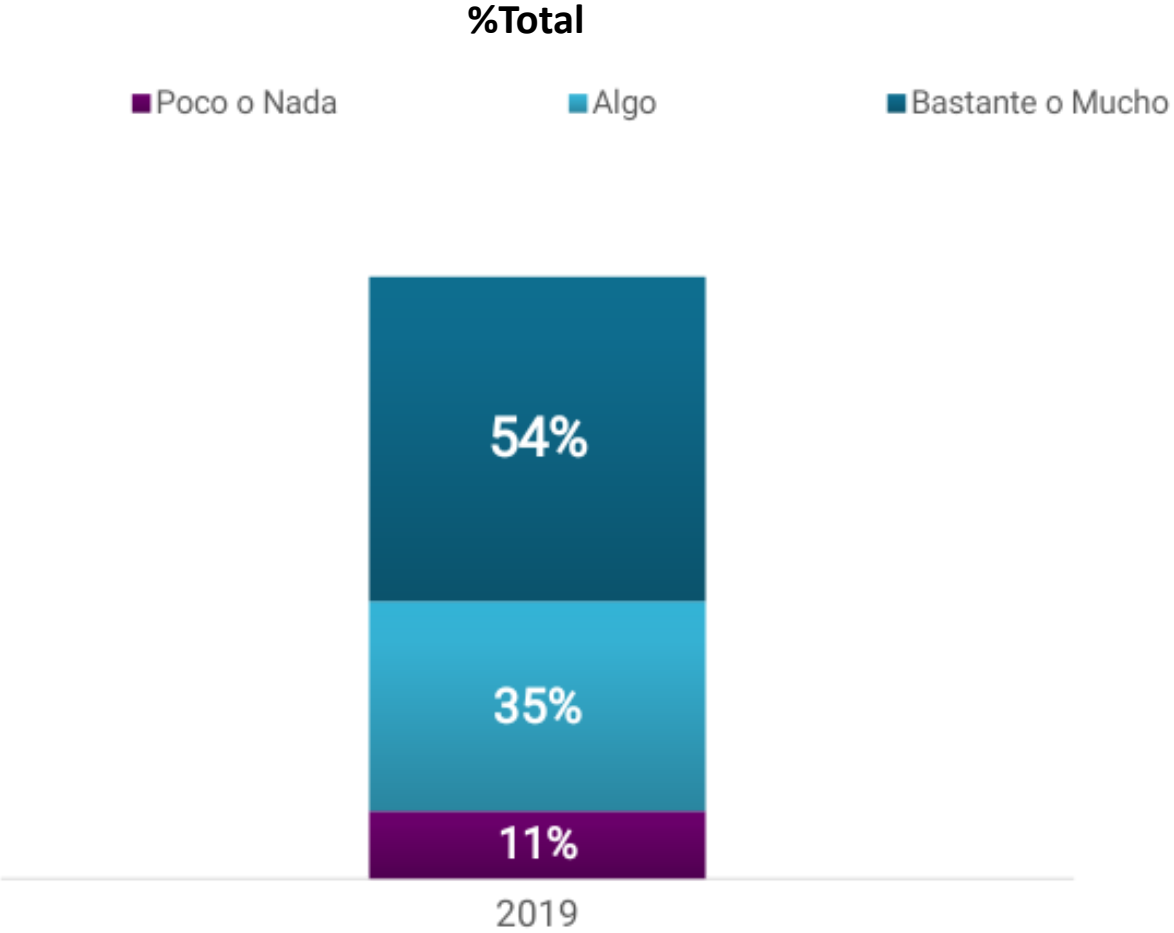


Evaluación de la presencia de Cultura de Servicio en la empresa

¿En qué medida consideras que existe en tu empresa una cultura de servicio?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: Total encuestas, 89 casos

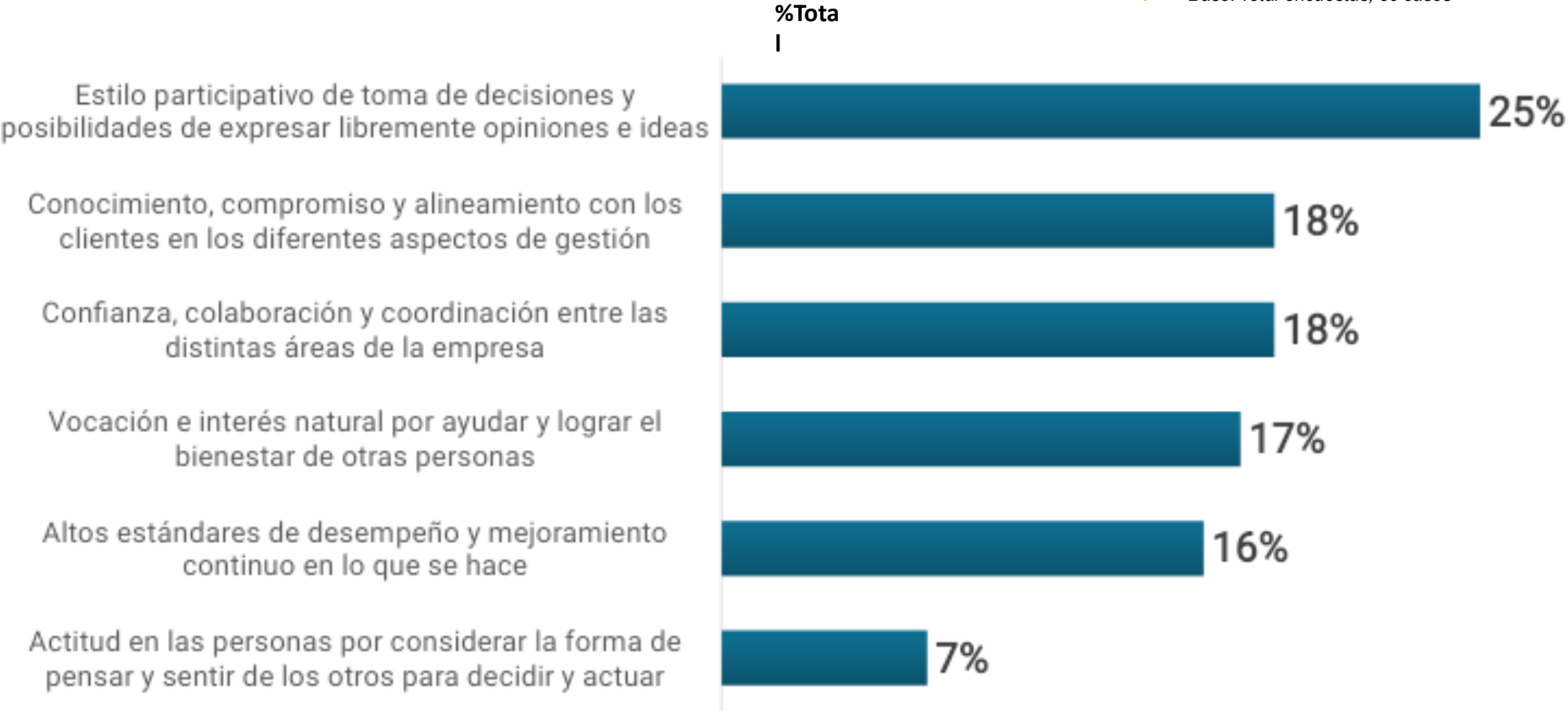


Evaluación del desarrollo de atributos de Cultura de Servicio en la empresa

¿Cuáles de los siguientes atributos de una cultura de servicio dirías que está más desarrollado en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas, 89 casos

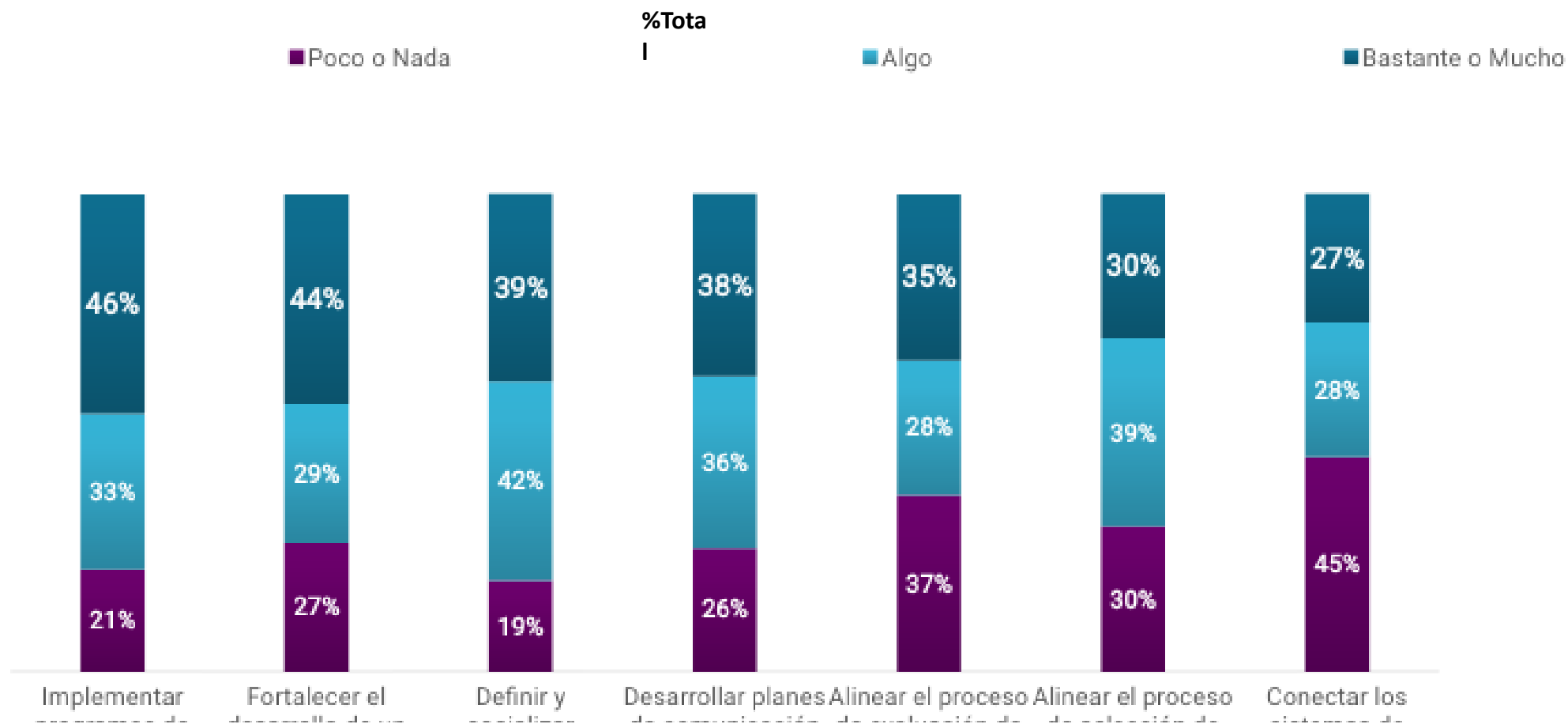


Prácticas para el alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas, 89 casos



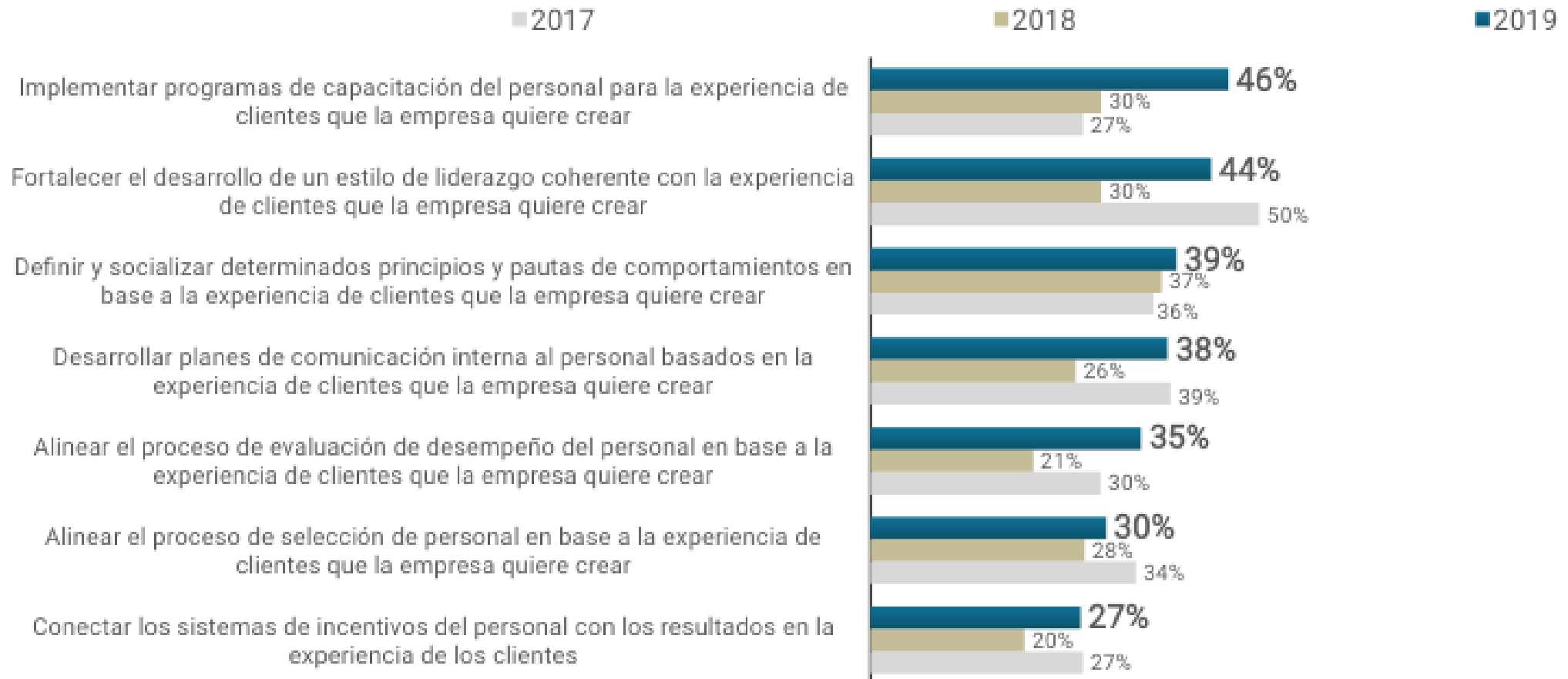
Prácticas para el alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

%Bastante o Mucho (Notas 4 y 5)



Prácticas exitosas de alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de prácticas han resultado más exitosas en tu empresa para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos

%Respuesta Múltiple



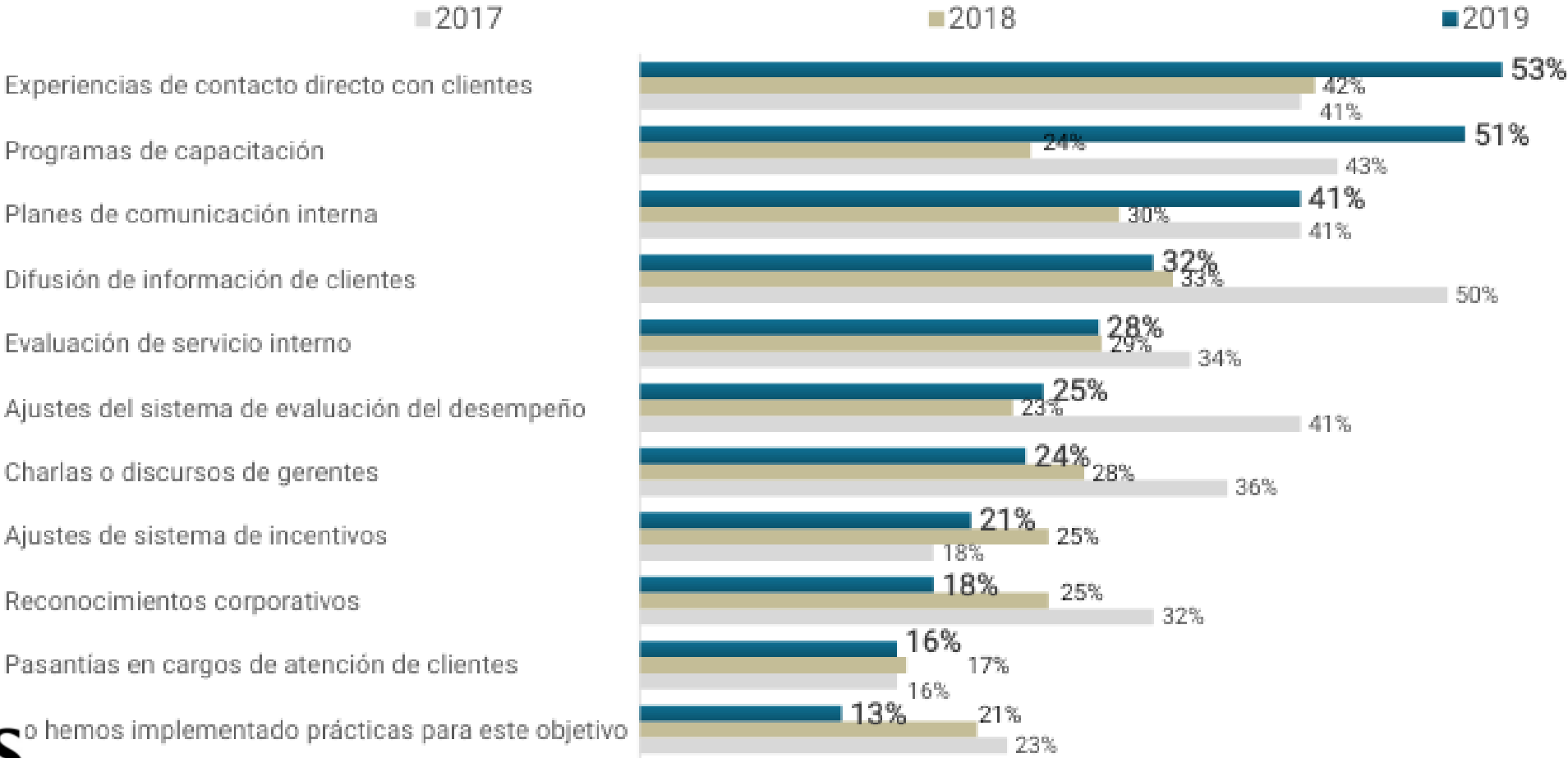
Prácticas exitosas de alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de prácticas han resultado más exitosas en tu empresa para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

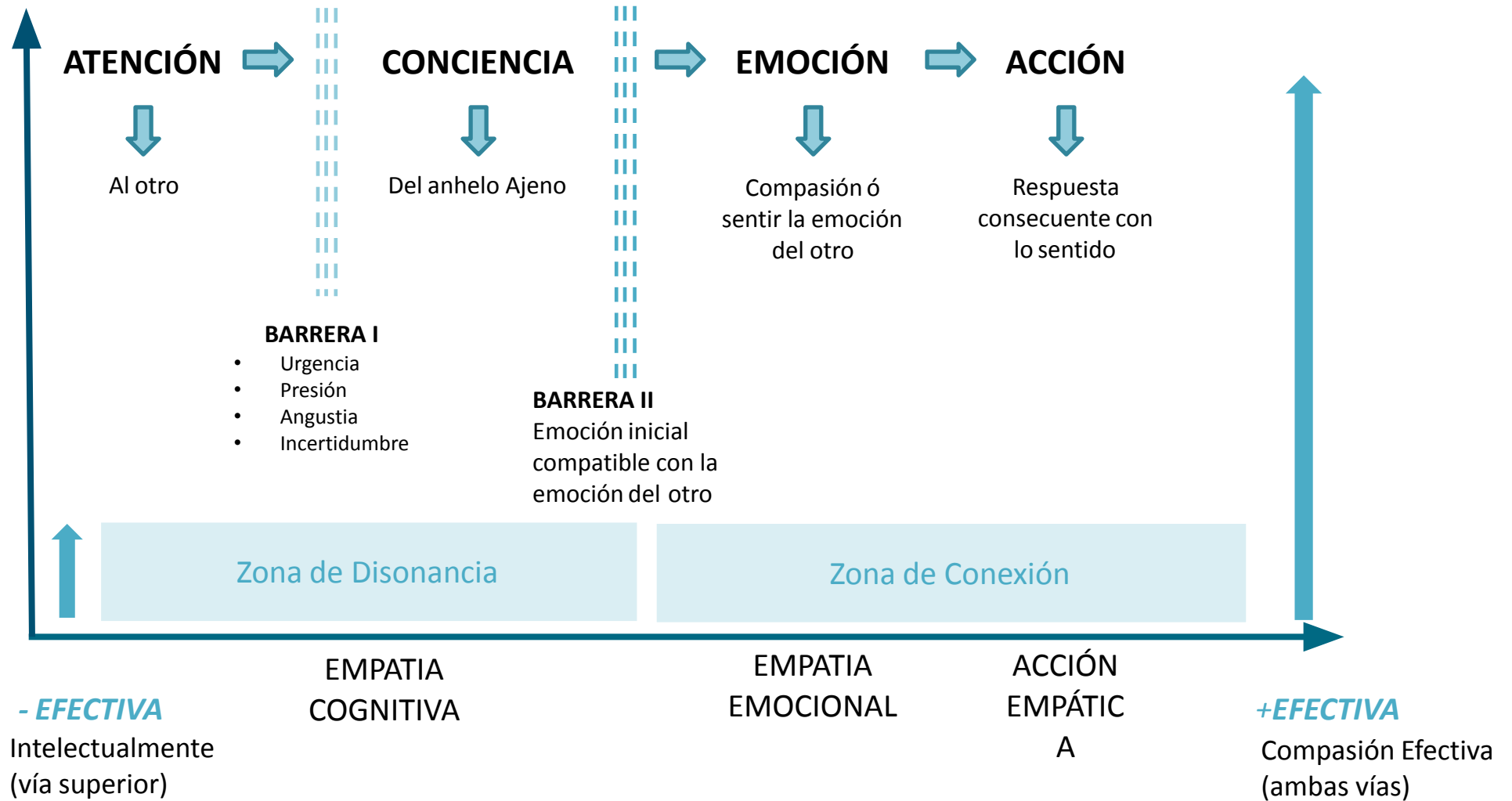
Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

%Respuesta Múltiple



La Empatía como un Proceso



Principales obstáculos para el desarrollo de la gestión de experiencia de clientes

%Respuesta Múltiple

¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos



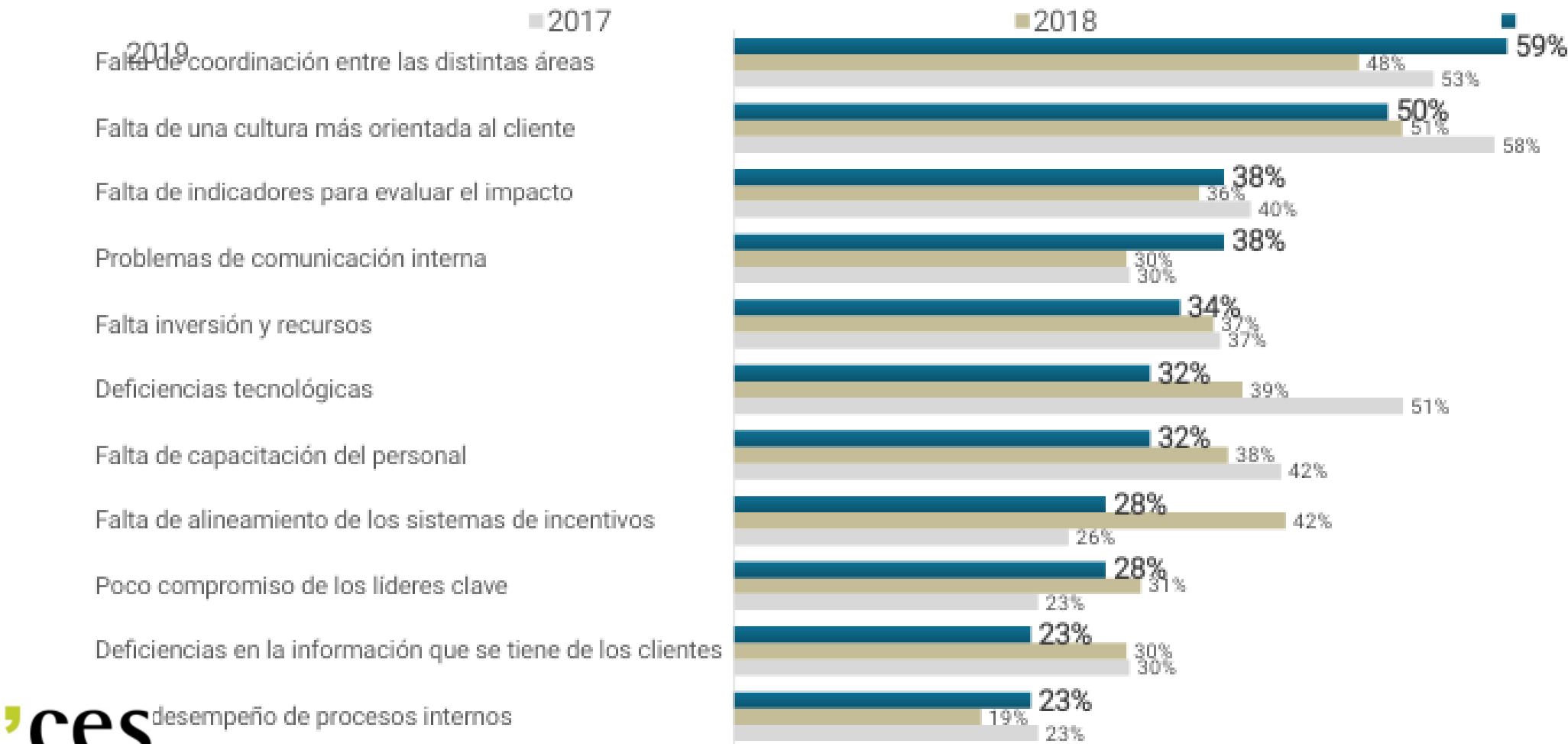
Principales obstáculos para el desarrollo de la gestión de experiencia de clientes

¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?

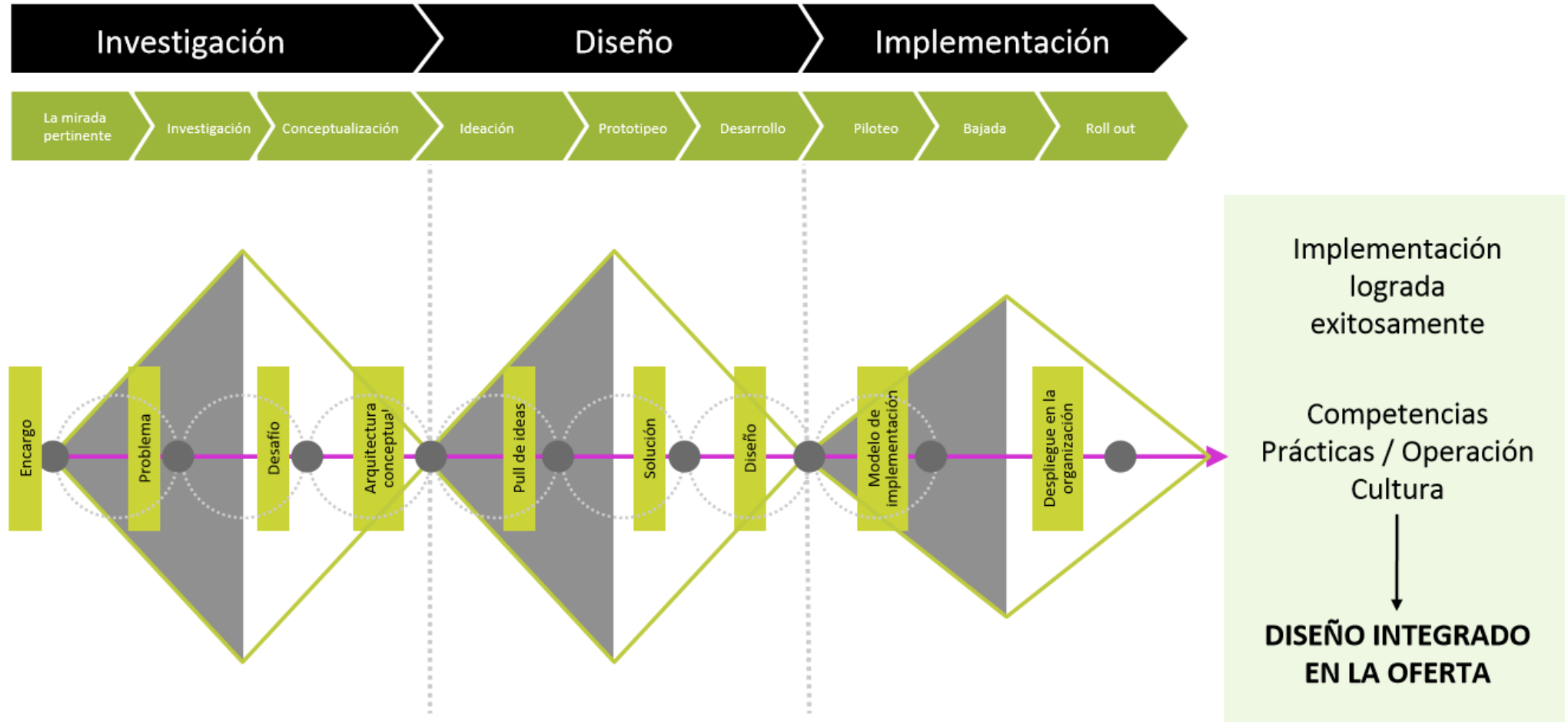
Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

%Respuesta Múltiple



Modelo de Diseño de Experiencia

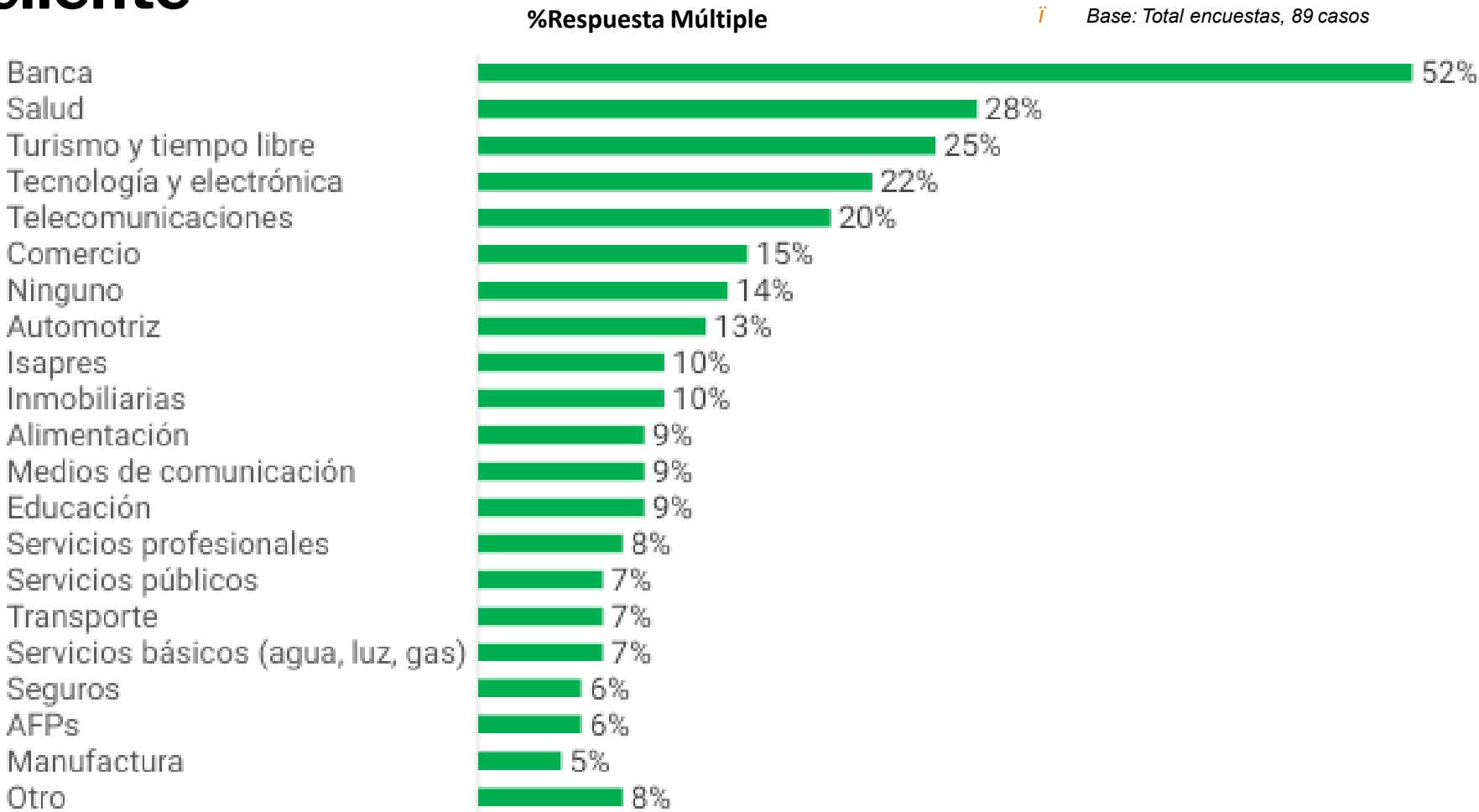


Sectores referentes en experiencia de cliente

¿Cuáles de los siguientes sectores son un referente en lograr una gestión y resultados sobresalientes en la experiencia de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 89 casos

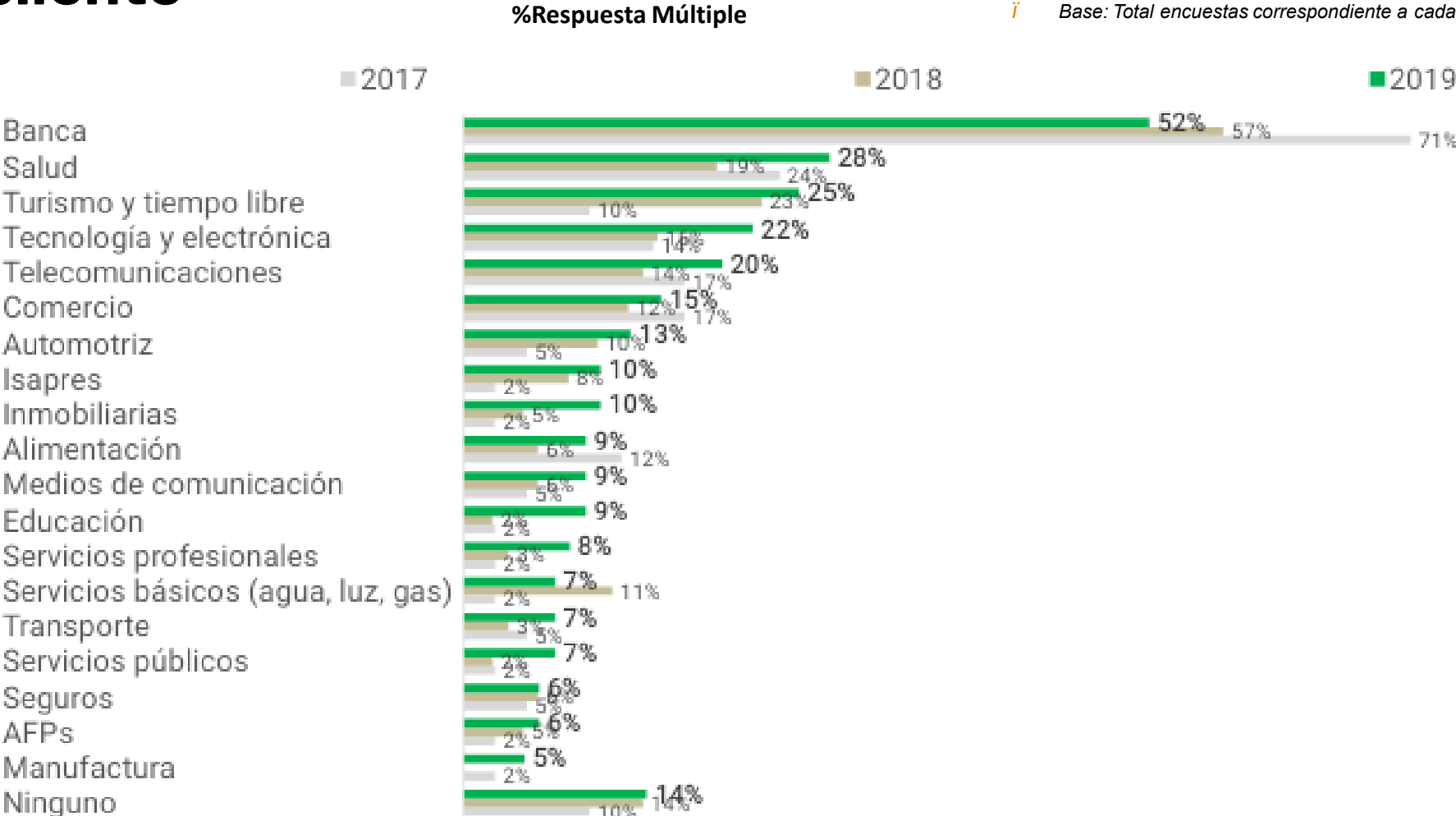


Sectores referentes en experiencia de cliente

¿Cuáles de los siguientes sectores son un referente en lograr una gestión y resultados sobresalientes en la experiencia de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



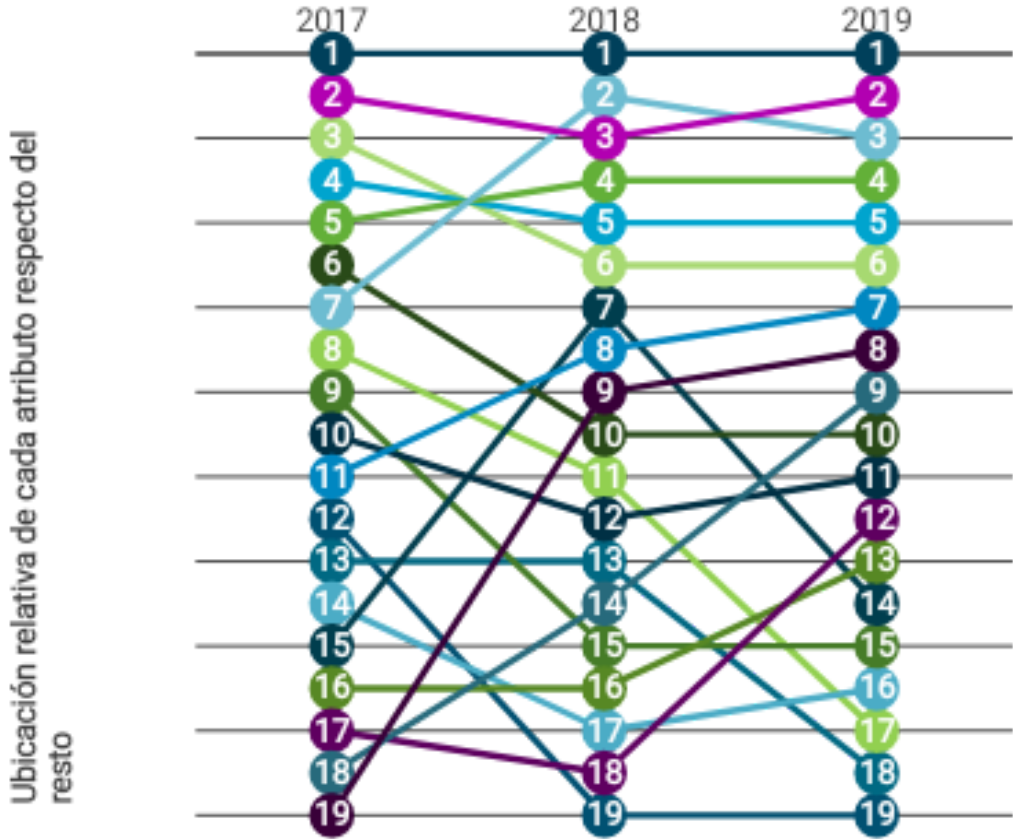
Sectores referentes en experiencia de cliente

¿Cuáles de los siguientes sectores son un referente en lograr una gestión y resultados sobresalientes en la experiencia de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

Ranking de posicionamiento



- Manufactura
- AFPs
- Seguros
- Servicios públicos
- Transporte
- Servicios básicos (agua, luz, gas)
- Servicios profesionales
- Educación
- Medios de comunicación
- Alimentación
- Inmobiliarias
- Isapres
- Automotriz
- Comercio
- Telecomunicaciones
- Tecnología y electrónica
- Turismo y tiempo libre
- Salud
- Banca

| Conclusiones

Algunas Conclusiones

1. De parte de los trabajadores están claros que la necesidad de entregar un buen servicio es crucial, argumentando que los clientes son cada vez más exigentes y que tienen más poder. Sin embargo, la sensación de que los clientes son cada vez menos leales, sólo está presente en la mitad de los trabajadores y que los clientes paguen más por mejores experiencias es un poco más bajo aún.
2. Los clientes privilegian mucho más no acercarse a las sucursales, usando la web y el teléfono. Esto es algo que se ha mantenido a través de las mediciones, en 2017 primó el canal telefónico por sobre la web, este año se ha invertido.
3. Las personas creen que la experiencia que su empresa le entrega a sus clientes es buena o excelente, pero ha ido disminuyendo a través de las mediciones, mientras que la importancia de la misma experiencia ha ido aumentando. Sería importante revisar la experiencia que se está entregando, considerando que la importancia ha aumentado, pero no necesariamente ha mejorado la sensación respecto de ella.

Algunas Conclusiones

1. Un 56% de los encuestados creen que el factor más importante para mejorar la experiencia de clientes, son las personas y este factor se ha mantenido presente desde hace 3 mediciones.
2. En general, se reconoce que hay iniciativas y planteamiento de lineamientos de parte de la empresa para mejorar la experiencia de los clientes, sin embargo, al parecer los recursos y las áreas llamadas a implementar esto han estado fallando o no han estado tan presentes en el proceso.
3. Lo que más se hace para escuchar la voz del clientes es hacer investigaciones cuantitativas, sobre todo evaluaciones de satisfacción y lo que menos se hace son investigaciones cualitativas que es donde se puede estar fallando. Es necesario reconocer primero qué es lo que se necesita evaluar y conocer el proceso completo antes de poder evaluar con notas el cómo funciona.



ces.uai



ces.uai



ces-uai



ces_uai

www.cesuai.cl